



DruckChemie AN INVESTOR-KONSORTIUM VERKAUFT

SG Capital Europe hat gemeinsam mit Quartus und dem Management von DruckChemie, vertreten durch Jean Ernter und Fritz Emmel, 100% der Geschäftsanteile der DruckChemie Gruppe erworben. Die Transaktion wurde bereits am 22. Dezember 2005 vollzogen. Der Stammsitz des Unternehmens befindet sich in Ammerbuch-Altingen, nahe Stuttgart. DruckChemie entwickelt,



produziert und liefert chemisch-technische Mittel und Zubehör für das grafische Gewerbe. Außerdem bietet DruckChemie seinen Kunden Abfallentsorgung und Recycling-Dienstleistungen. Das Angebot umfasst nahezu alle Verbrauchsmaterialien einer Druckerei außer Platten, Farbe und Papier. DruckChemie erzielt einen Umsatz von rund 60 Mio. € und beschäftigt 220 Mitarbeiter an 19 Standorten. Mit Numéricable, Beissbarth und Gutehoffnungshütte Radatz (GHH) war DruckChemie die vierte Investition des SG Capital Europe Fund III LP in 2005. SG Capital Europe ist ein Private Equity Investor und investiert in mittelständische Unternehmen in Kontinentaleuropa. www.druckchemie.com www.sg-ce.com

Rund ein halbes Jahr nach der Eröffnung des Insolvenzverfahrens wird das Leverkusener Traditionsunternehmen Agfa Photo jetzt abgewickelt. Die Produktion in Leverkusen und München wurde bereits im November eingestellt. Zuvor waren Teilbereiche des Unternehmens verkauft worden.

Agfa Photo ABWICKLUNG DES UNTERNEHMENS

Rund ein halbes Jahr nach der Eröffnung des Insolvenzverfahrens wird das Leverkusener Traditionsunternehmen Agfa Photo jetzt abgewickelt. Die Produktion in Leverkusen und München wurde bereits im November eingestellt. Zuvor waren Teilbereiche des Unternehmens verkauft worden.

Adobe Systems REKORDUMSATZ IM JAHR 2005

Für das Geschäftsjahr 2005 erreichte Adobe einen Rekordumsatz von 1,966 Mrd. US-Dollar, im Vorjahr waren es 1,667 Mrd. \$. Der Jahresgewinn stieg zudem um 34% auf über 600 Mio. \$. »2005 war ein herausragendes Jahr für Adobe«, sagt Fritz Fleischmann,



Geschäftsführer der Adobe Systems GmbH und Managing Director Central and Eastern Europe. »Wir konnten unseren Umsatz um 18% steigern und zum dritten Mal in Folge Rekordumsätze erreicht. Gleichzeitig haben wir die Akquisition von Macromedia abgeschlossen. Damit sind wir für zukünftiges Wachstum gut positioniert.« Die Erwartungen für den Umsatz im Jahr 2006 liegen bei 2,7 Mrd. \$ und einer operativen Gewinnspanne von 20% bis 23%. www.adobe.de

Foto-Finishing HP ÜBERNIMMT ONLINE FOTO SERVICE

HP hat Ende 2005 eine Übernahmemeerkklärung für die Bilderservice.de GmbH unterzeichnet, die mit PIXACO einen europäischen Online Bilderdienst betreibt. Nach dem Zukauf von Snapfish Anfang 2005 ermöglicht diese Übernahme eine rasche Ausweitung der HP Online Foto Services in Europa. Ziel der Akquisition ist es, das Leistungsangebot von PIXACO durch Services von Snapfish zu erweitern und Anwendern umfangreiche Möglichkeiten zu bieten, ihre Fotos auszudrucken, zur Verfügung zu stellen oder zu archivieren. Mit der Kombination beider Dienste verfügt HP nach eigenen Angaben über einen Online Foto Service mit dem Potenzial, in Europa Nummer 1 zu werden. In den USA hält HP nach eigenen Angaben bereits den Spitzenplatz. Rund 20 Millionen Menschen sind registrierte Nutzer von Snapfish in den USA und Großbritannien. Monatlich, so HP, kommen rund eine Million Nutzer dazu. www.snapfish.com www.hp.com www.pixaco.de

Farbmesstechnik

X-RITE ÜBERNIMMT GRETAGMACBETH

Laut einer gemeinsamen Ankündigung vom 31. Januar 2006 sind die Unternehmen X-Rite und GretagMacbeth zu einer Vereinbarung gelangt, in deren Rahmen der US-amerikanische Hersteller von Messtechnik X-Rite seinen europäischen Konkurrenten Gretag Macbeth übernehmen wird. Nach unseren Informationen soll GretagMacbeth für einen Kaufpreis von 280 Mio. US-\$ übernommen werden. Experten schätzen, dass beide Firmen zusammen einen Marktanteil von 80% halten und damit das größte Unternehmen in ihrem Marktsegment bilden werden. Daher stellt sich noch die Frage nach der Einwilligung der Kartellbehörden. www.xrite.com www.gretagmacbeth.ch

Fujifilm

KONSEQUENT AUF DIGITALKURS

Die Fuji Photo Film (Europe) GmbH, Düsseldorf, geht mit Zuversicht ins neue Jahr. Im Bereich Grafische Systeme konnten trotz schwieriger Rahmenbedingungen deutliche Umsatzzuwächse bei gesunder Ertragsentwicklung erzielt werden, berichtet Helmut Rupsch, Geschäftsleiter German Operations bei Fujifilm. Im Druckgeschäft erzielte der Geschäftsbereich CtP-Platten ein zweistelliges Wachstum im Vergleich zum Vorjahr. Ebenfalls positiv verlief die Entwicklung im Electronic Imaging und Digital Proof. Künftiges Wachstum soll ergänzend über Beratungsleistungen, digitale Drucktechnik und neue Partnerschaften realisiert werden. Wachsende Bedeutung gewinnt der Digitaldruck. Fujifilm ist das einzige Unternehmen, das im deutschen Markt Digitaldrucksysteme von zwei Herstellern anbieten kann, nämlich von Fuji Xerox und HP.

Insgesamt wird für das am 31. März ablaufende Geschäftsjahr ein Wachstum bei Umsatz und Ertrag erwartet, wobei alleine für den deutschen Markt 300 Mio. € als realistisches Umsatzziel genannt werden. Die Fuji Photo Film (Europe) GmbH schreibt schwarze Zahlen. www.fujifilm.de

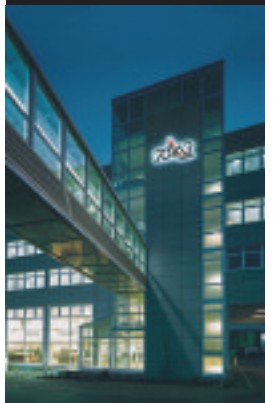
Druckmaschinenbau HEIDELBERG 9% ÜBER DEM VORJAHR

Der positive Trend bei Umsatz und Auftragseingang hat sich für die Heidelberger Druckmaschinen AG im dritten Quartal des Geschäftsjahres 2005/2006 fortgesetzt. Der Umsatz der Heidelberg Gruppe (weltweit rund 18.700 Mitarbeiter) lag in den ersten neun Monaten (1. April 2005 bis 31. Dezember 2005) mit 2,44 Mrd. € 9% über dem Vorjahreswert. In der Sparte Press (Offsetdruck) stieg der Umsatz in den ersten neun Monaten um rund 10% auf 2,13 Mrd. € (im Vorjahr: 1,94 Mrd. €). Die Sparte Postpress (Weiterverarbeitung) lag beim Neunmonatsumsatz mit 271 Mio. € um 11% über dem Vorjahreswert. Damit wies Postpress im Gesamtgeschäftsverlauf erstmals ein positives Ergebnis aus. »Die günstige Geschäftsentwicklung hat sich stabilisiert«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Obwohl die Konjunktur nicht in allen Regionen anzog, lagen Umsatz und Ergebnis von Heidelberg deutlich über den Werten des Vorjahres. Wir sind zuversichtlich, unsere Jahresprognose zu erreichen.« Hier geht Heidelberg von einem moderaten Umsatzwachstum aus. www.heidelberg.com



stabilisiert«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Obwohl die Konjunktur nicht in allen Regionen anzog, lagen Umsatz und Ergebnis von Heidelberg deutlich über den Werten des Vorjahres. Wir sind zuversichtlich, unsere Jahresprognose zu erreichen.« Hier geht Heidelberg von einem moderaten Umsatzwachstum aus. www.heidelberg.com

POLAR WIRD 100 JAHRE



Als »Adolf Mohr Maschinenfabrik« 1906 gegründet, war das Unternehmen anfangs als Lieferant für die Holzverarbeitende Industrie tätig. Erst nach 1945 wurde mit der Entwicklung und dem Bau von Schneidemaschinen für die grafische Industrie begonnen. Seit 1949 arbeitet Polar mit der Heidelberger Druckmaschinen AG zusammen. In dieser Zeit entwickelte sich Polar zum weltweit größten Anbieter für Schnellschneider. Trotz der sehr engen Zusammenarbeit mit Heidelberg hat sich Polar dennoch über die gesamte Zeit seine Unabhängigkeit als familiengeführtes Unternehmen bewahrt. In den 100 Jahren des Bestehens hat Polar als Trendsetter den Schneidprozess entscheidend geprägt und vorangetrieben und ist heute unangefochtener Marktführer.

Bisher wurden über 120.000 Schneidemaschinen in 170 Länder rund um den Globus verkauft. Manche dieser Maschinen stehen bereits seit über 40 Jahren im Einsatz. Und jedes Jahr kommen etwa 2.000 Schnellschneider sowie etwa 1.500 Peripheriegeräte hinzu. Die beiden Geschäftsführer Alfred Henschel und Michael Neugart sehen Polar in seinem Jubiläumsjahr bestens aufgestellt: »Dank neuester Technologien und einem ausgezeichneten Vertriebsnetz sind die wirtschaftlich unruhigen Zeiten der letzten Jahre ohne Schaden an uns vorbeigegangen.«

www.polar-mohr.com

**Océ in guter Verfassung
GESCHÄFTSZAHLEN 2005**

Océ, Anbieter von Systemen und Services im Digitaldruck und Dokumentenmanagement, erzielte im Geschäftsjahr 2005 (per 30. November) solide Geschäftsergebnisse. Der Umsatz des Unternehmens belief sich auf 2,677 Mrd. € und lag wie der Nettogewinn geringfügig über den Vorjahresergebnissen. Im Geschäftsjahr 2005 konnte Océ die Umsätze mit Serviceleistungen und Verbrauchsmaterialien wieder auf Wachstumskurs bringen. Zur Stabilisierung dieses Geschäftstrug der gesteigerte Absatz neuer Drucksysteme bei. Insgesamt verzeichnete Océ bei Drucksystemen ein Umsatzplus von 10,5%. Für das laufende Geschäftsjahr rechnet Océ mit einer weiteren Belebung. »Die Nachfrage nach Farbdrucksystemen steigt überproportional. Diesem Trend folgend, wird Océ 2006 eine Reihe neuer Farbdrucksysteme auf den Markt bringen. Die ersten Neuheiten werden Ende März anlässlich des Océ OpenHouse in Poing zu sehen sein«, erläutert Sebastian Landesberger, Vorsitzender der Geschäftsführung der Océ-Deutschland und Aufsichtsratsvorsitzender Océ-Österreich.



Sebastian Landesberger, Vorsitzender der Geschäftsführung der Océ-Deutschland und Aufsichtsratsvorsitzender Océ-Österreich.
 ▶ www.oce.de

**Verpackungsvorstufe
ESKO-GRAPHICS 2005
ERFOLGREICH**

Esko-Graphics, Anbieter von Produktionsvorbereitungslösungen für die Verpackungsindustrie, kann auf ein gutes Jahr 2005 mit einem Umsatzplus zurückblicken. Die vorläufigen Ergebnisse für 2005 zeigen im Vergleich zu 2004 ein Umsatzplus von 15% und eine Marge von 7%. Nun will das Unternehmen seine künftigen Ambitionen mit einer aktualisierten Corporate Identity unterstreichen. Die kürzere und

prägnantere Marke »Esko« wird mit einem neuen Logo eingeführt, das weiterhin auf dem graugrünen Farbschema basiert. Der juristische Name bleibt Esko-Graphics.
www.esko.com

**Flint Ink und XSYS
NEUER NAME:
FLINT GROUP**

Flint Group ist der neue Name für das im Herbst 2005 durch die Fusion der europäischen XSYS Print Solutions und der amerikanischen Flint Ink entstandene Unternehmen. Das Kerngeschäft umfasst Bogenoffset-, Heatset- und Coldsetdruckfarben, Flexo- und Tiefdruckfarben sowie UV- und Spezialdruckfarben. XSYS Print Solutions liefert Narrow-Web-Druckfarben für den Etikettendruck. Kernstück des Produktsortiments von Flint Group Printing Plates sind fotopolymere Flexo- und Hochdruckplatten sowie Lösemittel und Geräte für die Verarbeitung der Platten. Jetrion LLC bietet Farben und Ausrüstungen für den digitalen Druck an. An Standorten in Nordamerika, Europa und China produziert Flint Group Pigments & Resins Trocken- und Flushpigmente, wässrige Dispersionen, Additive und Harze. Diese Rohstoffe werden an die Hersteller von Druckfarben und anderer Farben geliefert. Mit mehr als 150 Standorten weltweit und einem weit gespannten Händlernetzwerk ist Flint Group in allen wichtigen Marktsegmenten aktiv. Das Unternehmen beschäftigt rund 8.000 Mitarbeiter und erzielte 2005 einen Umsatz von 2,23 Mrd. €. Der Firmensitz ist Luxemburg. Das Unternehmen befindet sich im Besitz des Managements und von durch CVC Capital Partners beratenen Fonds.
 ▶ www.flintink.com

**Globaler Werbemarkt
AUF WACHSTUMSKURS**

Im vergangenen Jahr wurden weltweit 403,6 Mrd. \$ für Werbung ausgegeben, schätzt der Marktforscher ZenithOptimedia in einer Prognose und sieht den weltweiten Werbemarkt bis 2008 auf Wachstumskurs. Aktuell liege das Wachstum bei 4,8%, das von Märkten wie Brasilien, Russland, Indien, Indonesien und China getrieben werde sowie von der boomenden Online-Werbung. Nach Zenith Optimedia profitieren die USA am meisten vom Wachstum und kommen auf einen Anteil am Werbemarkt von knapp 43%.

In Europa wurden 2005 laut Zenith Optimedia 108 Mrd. \$ für Werbung ausgegeben, ein Plus von 3,4%. 2006 erwarten die Marktforscher ein Wachstum von 4,6% (113 Mrd. \$). Bis 2008 soll der europäische Werbemarkt auf 123 Mrd. \$ angewachsen sein.
 ▶ www.zenithoptimedia.com

**Hewlett Packard GmbH
UM 10% GEWACHSEN**

Die Hewlett-Packard GmbH erzielte im Geschäftsjahr 2005 (1. November 2004 bis 31. Oktober 2005) einen Umsatz von 5,4 Mrd. €. Unter Berücksichtigung der Umsätze mit europäischen Partnern und der

Triaton GmbH, die vollständig in die Hewlett-Packard GmbH integriert wurde, haben die HP Gesellschaften am deutschen Markt einen Umsatz von 5,7 Mrd. € erzielt. Dies entspricht einem Wachstum von 10% Prozent gegenüber dem Vorjahr.
 ▶ www.hp.com/de

**M-real Zanders
PREISERHÖHUNG FÜR
ZANDERS AUTOCOPY**

M-real wird die Preise für das Selbstdurchschreibepapier Zanders autocopy ab Februar um 5 % bis 6 % erhöhen.
 ▶ www.m-real.com

Wenn Sie
bei CTP
violett sehen ...

... haben wir die Platte, die Sie zum Sieger macht:
Lastra LVX, die Fotopolymerplatte für Violettlaser
 Rastertonwertbereich 2-98 % bei 70 L/cm
 Auflagenleistung bis 250 000 Exemplare

 **LASTRÄ DEUTSCHLAND GMBH**
 Porschestraße 8 Tel. 0 61 82.78 27-0
 63512 Hainburg www.lastragroup.de



IRD-Jahrestagung 2006 WIE KUNDEN DENKEN

Eigentlich müsste es der Druckindustrie blendend gehen, denn Kommunikation ist heute mehr gefragt denn je - sie ist quasi das Lebenselixier der Informationsgesellschaft. Was hindert also die Branche daran, von diesem Effekt in vollem Umfang zu profitieren? Auf der Suche nach den passenden Antworten beschäftigt sich das IRD auf seiner Jahrestagung 2006 am 16. und 17. März in Innsbruck mit dem Thema »Wie unsere Kunden in Marketing und Einkauf denken« mit den Prioritäten im Marketing der Kunden sowie den Veränderungen bei der Einkaufspolitik. Dabei sollen Antworten auf die Fragen gefunden werden, auf welche Veränderungen sich Dienstleister einstellen müssen, was von ihnen an Know-how-Transfer und Unterstützung erwartet wird, welche Gestaltungsmöglichkeiten sich bieten und ob eine Produktion in den Hochlohnländern Mitteleuropas überhaupt noch Sinn macht. Die Tagung bietet Raum für einen Gedankenaustausch, Referenten aus der Industrie liefern Ideen sowie Orientierung und die Analyse der Möglichkeiten, Prioritäten und Umsetzungen erfolgt durch Praktiker aus der Druckindustrie. www.ird-online.de

Konica Minolta BETEILIGUNG AN DOTS SOFTWARE

Konica Minolta Business Solutions Europe hat nach einer etwa fünfjährigen Zusammenarbeit rund 75% der Anteile an der Dots Software GmbH in Berlin übernommen, die Software für Dokumenten-Workflows entwickelt. Damit erweitert Konica Minolta sein Produktspektrum für Office-Anwendungen und den Digitaldruck-Markt. www.konicaminolta.de

Verlage ONLINE-REDAKTIONEN AUSGEBAUT

In einer Umfrage des VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger und der Strategieberatung OC&C Strategy Consultants haben 80% der befragten Online-Redaktionen angegeben, 2005 mehr Redakteure eingestellt zu haben und auch 2006 personell wachsen zu wollen. Vor allem kleinere Redaktionen verzeichnen ein starkes Personalwachstum. In keinem der befragten Unternehmen wurden Stellen gestrichen. www.vdz.de

Heidelberg Nachrichten STOFF, AUF DEM DRUCKE SIND

Überall auf der Welt feilen Tausende von Forschern und Druckern an allen erdenklichen drucktechnischen Variablen mit dem Ziel, Printprodukte herzustellen, die für die Kommunikationsaufgaben ihrer Kunden ideal sind. Manch eine Druckerei mischt sogar eigene Farben, um Außergewöhnliches zu Papier zu bringen. Doch nicht zuletzt ist es das Papier selbst, das über das Ergebnis entscheidet. Deshalb widmet sich das Kundenmagazin der Heidelberger Druckmaschinen AG in seiner jüngsten Ausgabe dem Stoff, auf dem die Drucke sind: dem Papier. Zu diesem Zweck beleuchten die Autoren den globalen Papiermarkt, schauen sich in



Portugal nach den schnell wachsenden Eukalyptusbäumen um und entführen den Leser in die Laboratorien der Büttenspapierfabrik Gmund, bei der regelrechte »Alchemisten« schon seit 175 Jahren die unterschiedlichsten Grundstoffe in besonders erlebte Papiere transmutieren. Eine interessante Lektüre rund ums Papier. Die Ausgabe 255 der Heidelberg Nachrichten kann im Internet oder per e-Mail angefordert werden.

www.heidelberg-news.com

heidelberg.news@heidelberg.com

Rationalisierungspotenzial ausgeschöpft

Die Faltschachtelhersteller kämpfen mit steigenden Rohstoffpreisen

Die Hersteller von Verpackungen aus Karton erwarten auch in diesem Jahr wieder eine angespannte Ertragsituation.

»Grund sind vor allem die dramatisch gestiegenen und weiter steigenden Energiepreise«,



sagt Wolfgang Bahmann, Vorstandssprecher des FFI, Fachverbands Faltschachtel-Industrie e.V. Zudem sei die Branche durch steigende Frachtraten, höhere Treibstoffkosten und Maut-Gebühren indirekt belastet. Dazu kommt, dass Vorlieferanten der Faltschachtelindustrie auf breiter Front Preiserhöhungen angekündigt haben. So hat sich der Großhandelsstrompreis nach Angaben des Verbandes Deutscher Papierfabriken (VDP) seit dem Jahr 2003 um insgesamt 50% erhöht. Allein 2005 wurde ein Preisanstieg beim Strom um etwa 30% registriert und weitere Strom- und Gaspreiserhöhungen wurden von den Energieversorgern bereits angekündigt. Der Verband der Industriellen Energie- und Kraft-

wirtschaft e.V. rechnet damit, dass die Industrie-Strompreise 2006 erneut zweistellig steigen.

»Die ohnehin schwierige Ertragslage der Unternehmen wird weiter geschwächt, solange die Energie- und Rohstoffbezugskosten auf diesem Niveau bleiben oder sogar noch steigen«, sagt Bahmann. Sämtliche Möglichkeiten, auf die gestiegenen Energiekosten mit innerbetrieblichen Maßnahmen wie Prozessoptimierungen oder Kostensenkungen zu reagieren, seien bereits ausgeschöpft: »Die Faltschachtelhersteller haben ihre Hausaufgaben gemacht, weiteres Rationalisierungspotenzial ist nicht mehr vorhanden«, stellt Bahmann klar.

Preise werden steigen

Es sei deshalb nachvollziehbar, wenn die betroffenen Unternehmen aufgrund der gestiegenen Kosten ihrerseits die Preise erhöhen. Zwar verzeichnen die deutschen Faltschachtelhersteller im ersten Halbjahr 2005 laut Statisti-

schem Bundesamt insgesamt noch einen leichten Zuwachs um 0,9% bei der verarbeiteten Tonnage. Doch gleichzeitig musste die Branche einen Umsatzverlust von 0,4% hinnehmen. Grund ist der anhaltend hohe Preisdruck am Markt. Auch die Zahlen des FFI belegen, dass der Volumenzuwachs an produzierten Faltschachteln deutlich größer ist als das erwirtschaftete Umsatzplus.

Der FFI vertritt seit 1948 die Interessen von mehr als 90 Unternehmen dieses Industriezweigs, die jährlich etwa 750.000 Tonnen Faltschachteln produzieren. Dies entspricht einem Produktionswert von etwa 1,6 Mrd. € (2004). Die Unternehmen im FFI repräsentieren somit mehr als 80% des Branchenumsatzes. Insgesamt zählen rund 170 Unternehmen zur Branche. Die Verkaufsverpackungen werden zu 58% für die Food-Industrie und zu 42% für die NonFood-Industrie produziert.

www.ffi.de

Zeitschriftenverlage LEICHTES ANZEIGEN-PLUS ERWARTET

Nach der positiven Anzeigenentwicklung in der 2. Jahreshälfte 2005 erwarten die Zeitschriftenverlage für 2006 ein leichtes Plus im Anzeigengeschäft. »Wir sind vom Sinkwieder in den Steigflug übergegangen. Startet 2006 die Konjunktur durch, wird das auch den Werbeinvestitionen

Auftrieb geben«, sagte Holger Busch, Geschäftsführer Marketing Anzeigen im VDZ Verband Deutscher Zeitschriftenverleger. Der VDZ rechnet für 2006 mit einem Wachstum der Anzeigenerlöse der Publikumszeitschriften von 2%. Nach der Anfang Januar veröffentlichten Zentralen Anzeigenstatistik ZAS für 2005 lag das Minus zum Jahresende nur noch 2,1% unter Vorjahr (Nov. 2005

2,3 %), nachdem es zur Jahresmitte 2005 mit 4,9% noch mehr als doppelt so hoch war. Insgesamt haben Zeitschriften im vergangenen Jahr 220.763 Anzeigenseiten verkauft. Das Verhältnis von Anzeigen zu Redaktion ist mit 24,7% leicht gesunken. Der Trend zu vierfarbigen Anzeigen hält dabei unvermindert an. Ihr Anteil stieg von 78% auf 80%.

www.vdz.de

Baldwin Halbjahresergebnis STETIGES, STABILES WACHSTUM

In der ersten Hälfte des laufenden Geschäftsjahres erzielte Baldwin einen Umsatz von rund 86,5 Mio. US-Dollar. Im Vergleich zu den ersten sechs Monaten des vorhergehenden Geschäftsjahres entspricht dies einem Umsatzwachstum von



über 6 %. Karl S. Pühringer, Präsident und Chief Operating Officer: »Weltweit erfahren die Märkte der grafischen Industrie ein stetiges, stabiles Wachstum. Gleichzeitig ist die Druckindustrie angesichts der Marktdynamik immer stärker gefordert, Kosten zu senken und die Produktivität zu steigern. Hieraus ergibt sich eine erhöhte Nachfrage nach Möglichkeiten zur Prozessautomatisierung, wie sie Baldwin mit seinen Produkten bietet.«

► www.baldwin.de

Hiflex CIP4 PARTNER MEMBER

Seit Beginn des Jahres 2006 ist der Branchensoftware-Anbieter Hiflex Partner Member der internationalen CIP4 Organisation. CIP4 setzt sich für die Integration von Prozessen in Prepress, Press und Postpress ein und ist für die Spezifikation des Job Definition Formats JDF verantwortlich. Die erweiterte CIP4 Mitgliedschaft bedeutet für Hiflex den maximalen Mitwirkungsgrad und macht das Engagement auch in solchen Arbeitsgruppen möglich, die ausschließlich für Partner Member vorgesehen sind (z.B. dem CIP4 Advisory Board, der höchsten Autorität der CIP4 Organisation). Hiflex ist seit Januar außerdem der zurzeit einzige reine Hersteller von Management Informationssystemen in der CIP4 Organisation mit diesem Mitgliedsstatus.

► www.hiflex.com

Igepa group BESWICK PAPER IM VERBUND MIT IGEPA

Mitte Januar wurde die Beswick Paper Ltd aus Birmingham Teil des Verbundes der Igepa group. »Für uns ist dies ein wichtiger Schritt bei der Realisierung unserer Europastrategie und freuen uns auf eine enge Zusammenarbeit mit Beswick, um unsere Präsenz in UK zu entwickeln,« erklärt Gottfried Renier, Geschäftsführer der Igepa group. Igepa ist eine der bedeutendsten paneuropäischen Papiergroßhandelsgruppen mit Unternehmen in mehr als 20 Ländern einschließlich Australien und Neuseeland. Die Igepa group hat ihre Geschäftsstelle in Reinbek bei Hamburg und wurde 1960 gegründet. Insgesamt beschäftigen die verbundenen Unternehmen 2.600 Mitarbeiter und erwirtschaften weltweit einen Umsatz von 1,55 Mrd. € mit 40.000 Kunden an 52 Vertriebsstandorten.

► www.igepagroup.com

Fujifilm kauft zu INVESTITION IN DEN INKJETDRUCK

Fujifilm hat Ende letzten Jahres das Tintenstrahl-Geschäft der Avecia Group gekauft. Avecia produziert und vertreibt Farben und Tinten für Inkjetdrucker und hat seinen Hauptsitz in Manchester, UK. Der Kaufpreis beträgt rund 220 Mio. €. Die Transaktion soll im Februar abgeschlossen sein. Avecia beschäftigte Ende Juli 2005 rund 340 Mitarbeiter in den zwei Produktionswerken (USA und Großbritannien) und dem Forschungszentrum in England. Der Zukauf versetzt Fujifilm in die Lage, Produkte, Anlagen und Vertriebskanäle von Avecia effektiv einzusetzen. Durch die Integration von Fujifilms eigener Technologien für synthetische Chemikalien und Rohmaterial mit der Inkjet-Produktionstechnologie von Avecia wird Fujifilm neue Tintenstrahlmaterialien entwi-

ckeln und das Geschäft für den Inkjetdruck weiter ausbauen, um am Wachstum in diesem Markt zu partizipieren. Im Rahmen seiner Mittelfristplanung hat Fujifilm verschiedene Schritte zum Aufbau neuer Wachstumsfelder unternommen. Hierzu gehören Investitionen in Forschung und Entwicklung, aber auch Zukäufe. Zuvor wurde bereits die Abteilung für Mikroelektronik-Material von Arch Chemicals (USA) übernommen sowie die britische Sericol Gruppe.

► www.fujifilm.de

Mary-Melnhof Karton NEUE ENERGIEZENTRALE

Mayr-Melnhof Karton hat die Planung für eine neue Energiezentrale am steirischen Standort Frohnleiten aufgenommen. Der Energiebedarf des Kartonwerkes wird heute zu rund 90% durch zugekauft Erdgas abgedeckt. Ziel der Investition ist es, Erdgas ab 2009 durch die nachhaltige Nutzung von verfügbaren Ersatzbrennstoffen, zum Teil aus der Altpapierverarbeitung, zu ersetzen. Mayr-Melnhof Karton produziert am Standort Frohnleiten mit rund 500 Mitarbeitern jährlich über 400.000 Tonnen Recyclingkarton.

► www.mayr-melnhof.com

Papierlogistik BECK UND SCHMIDT ARBEITEN ZUSAMMEN

Die Beck Spedition + Logistik GmbH und die Spedition Max Schmidt haben ihre Aktivitäten im Bereich Papierlogistik gebündelt und zum Januar 2006 die Schmidt Papierlogistik GmbH in Filderstadt gegründet. Beck hat dabei die Mehrheitsbeteiligung übernommen. Schmidt ist als Speditions- und Logistikunternehmen seit 1977 für das Druck- und Verlagswesen tätig. Zu den Kunden zählen Papierhersteller wie Arjo Wiggins und Scheufelen, Druckereien und Verlage.

► www.becksped.de



Printing for Professionals

Océ OpenHouse
Poing/München
27.-31.03.2006

www.openhouse.océ.com

Freecall: 0800-OCE PORTAL

0800-6 2 3 7 6 7 8 2 5