



MAN Roland **STARKER START INS JAHR 2006**

Die MAN AG und Allianz Capital Partners (ACP) haben die Verträge zur Veräußerung der MAN Roland Druckmaschinen AG an ein gemeinsames Beteiligungsunternehmen abgeschlossen. Dem Geschäft liegt ein Unternehmenswert der MAN Roland Gruppe von rund 856 Mio. € zugrunde. Das Beteiligungsunternehmen, an dem MAN zu 35% und ACP zu 65% beteiligt sind, übernimmt mit den Aktien der MAN Roland Druckmaschinen AG den gesamten Geschäftsbetrieb.

Gleichzeitig meldet MAN Roland einen starken Start ins neue Geschäftsjahr 2006. Gegenüber dem Vorjahr verbesserte MAN Roland das operative Ergebnis im 1. Quartal 2006 um 30 Mio. € auf 14 Mio. € (Vorjahr -16 Mio. €). Bei den zuletzt defizitären Bogenmaschinen führten Umsatzsteigerung, niedrigere Kosten sowie eine deutlich höhere Produktivität zu einer Ergebnisverbesserung um 26 Mio. €. Damit erreichte der Geschäftsbereich Bogen bereits im 1. Quartal 2006 den Break-even-Point. Durch die gute Auslastung und den höheren Umsatz stieg auch das Ergebnis im Rollenbereich auf 14 Mio. € (Vorjahr 10 Mio. €).

➤ www.man-roland.de

Fujifilm **KÜNFTIG MIT NEUER STRUKTUR**

Ende April veröffentlichte die Fuji Photo Film Co. Ltd. den Jahresabschluss für das am 31. März 2006 abgelaufene Finanzjahr. Danach wurde auf weltweiter Basis ein Umsatz von 18,65 Mrd. € erzielt, ein Zuwachs von 5,5% im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig kündigte Fujifilm an, dem Konzern ab 1. Oktober 2006 eine Holdingstruktur zu geben. ➤ www.fujifilm.de

Papierfabrik Scheufelen **AUSZEICHNUNGEN**

Die aufwändig veredelten und in zeitgemäßes Design eingebetteten Reproduktionen von Chromolithographien des frühen 19. Jahrhunderts haben die Jury des wohl größten Kreativ-Wettbewerbs überzeugt: Der Scheufelen-Wandkalender 2006 erhält einen silbernen Nagel und einen »Sonderpreis für herausragende Gestaltung und Produktion« vom Art Directors Club aus Berlin.

(Druckmarkt hatte den Kalender in seiner Januar-Ausgabe bereits umfassend vorgestellt.) Das zum 150. Firmenjubiläum im Jahre 2005 publizierte Jubiläumsbuch des Lenninger Familienunternehmens erhält zudem den begehrten Kreativ-Preis in Bronze für Typographie. Die vom ADC prämierten Objekte wurden beide von der Hausagentur der Papierfabrik Scheufelen, Strichpunkt, Stuttgart, gestaltet. ➤ www.scheufelen.de



Tiefdruckauszeichnung **GOLDEN CYLINDER AWARD**

Alljährlich verleiht der amerikanische Druckfachverband Gravure Association of America (GAA) seine Trophäen in verschiedenen Kategorien an die Besten der Branche, die sich um das Tiefdruckverfahren verdient gemacht haben. Unter den über 100 Anmeldungen aus den USA und ganz Europa, die in der Sparte »Gravure Process« dieses Jahr im Wettbewerb standen, konnte die Koenig & Bauer AG für die Entwicklung eines neuen Berechnungsprogramms zur Voreinstellung der Produktionsparameter den begehrten Golden Cylinder Award in Empfang nehmen. ➤ www.kba-print.de

Koenig & Bauer AG akquiriert erneut im Spezialdruckbereich

KBA-Tochter Bauer+Kunzi übernimmt Blechdruckspezialisten LTG-Mailänder: Neue Gesellschaft unter dem Namen KBA-MetalPrint

Die seit 1974 im Blechdruck tätige Bauer+Kunzi GmbH in Ditzingen bei Stuttgart, seit 2003 eine KBA-Tochtergesellschaft, übernimmt die Stuttgarter LTG Print Systems Holding GmbH inklusive ihrer Tochtergesellschaft LTG-Mailänder.

Die Übernahme im unteren zweistelligen Millionen-Euro-Bereich erfolgt durch den Erwerb der Anteile von der an der Börse in London notierten LTG Technologies PLC. Die durch die Vereinigung der beiden Unternehmen entstehende neue Gesellschaft wird ihren Sitz in Stuttgart haben. Dabei ergänzt die Produktpalette von LTG-Mailänder für die Offset-Druckproduktion auf Blechtafeln inklusive Weiterverarbeitung, Materiallogistik und Abluftreinigung die Produkte von Bauer+Kunzi.

Strategisches Ziel Nischenmärkte

Damit setzt KBA die Strategie der letzten Jahre fort, neben den angestammten starken Volumenmärkten Bogenoffsetdruck, Akzidenz-Rollen- und Zeitungsdruck mit gezielten Akquisitionen auch in weniger konjunktur- und werbeabhängigen Nischenmärkten eine starke Position aufzubauen und ihre Stellung auszubauen. So ist KBA bereits führender Anbieter im Banknoten- und Illustrationstiefdruck und will dies mit der neu entstehenden



Blechverpackungen sind weiter im Trend, zunehmend auch bei Premiumprodukten, die in aufwändig gestalteten Blechdosen auf den Markt kommen.

Gesellschaft künftig auch im Blechdruck sein.

Tradition seit 1924

Die Ursprünge des Stuttgarter Unternehmens LTG-Mailänder gehen bis ins Jahr 1924 zurück, als Dr. Albert Klein die Carrier Lufttechnische Gesellschaft als Hersteller von Klimaanlagen gründete. Der Einstieg in den Blechdruck erfolgte mit dem ersten Blechtafelrockner für die Herstellung der blauen Nivea Cremedose im Jahre 1932. 1994 fusionierte die LTG mit der Druckmaschinenfabrik Mailänder, einem Lieferanten von Druck- und Lackierlinien. 1998 wurde das Unternehmen in LTG-Mailänder GmbH umbenannt. Die KBA-Tochter Bauer+Kunzi vor den Toren Stuttgarts hat 2005 mit ca. 50 Mitarbeitern einen Umsatz von 28 Mio. € erzielt. Bauer+Kunzi setzt für ihre Metalstar-Blechdruckanlagen seit zwölf Jahren großfor-

matige Bogenoffset-Druckeinheiten aus dem KBA-Werk in Radebeul bei Dresden und Anleger von KBA-Mödling in Österreich ein, bezieht notwendige Zusatzaggregate aber extern.

90 Mio. Euro Umsatzziel

Die neu entstehende Gesellschaft wird den kompletten Service vom Entwurf bis zur bedruckten und gestapelten Blechtafel inklusive aller für den Blechdruck notwendigen technischen Einrichtungen aus einer Hand anbieten. Sie soll mit etwa 350 Mitarbeitern über 90 Mio. € umsetzen. Durch die über LTG-Mailänder hinzugewonnene Kompetenz im Bereich Materialhandling und Abluftreinigung sieht KBA auch mögliche Synergien mit dem im wachsenden Verpackungsmarkt sehr gut positionierten KBA-Segment Bogenoffsetdruckmaschinen in Radebeul bei Dresden.

➤ www.bauer-kunzi.com
➤ www.ltg-mailaender.de
➤ www.kba-print.de



Arjowiggins

EXKLUSIV-VERTRIEB FÜR THIBIERGE & COMAR

Arjowiggins übernimmt den Exklusiv-Vertrieb für die Papiere von Thibierge & Comar. Zugleich tritt der Papierdesigner Emeric Thibierge in die Firmengruppe als künstlerischer Leiter ein. Die Gruppe habe den Posten geschaffen, um das



eigene Kreativpotenzial zu erhöhen, erklärte Arjowiggins-Präsident Charles Dehelly. Thibierge & Comar beschäftigt ein Team von 15 Mitarbeitern, lässt die Papiere von Partnern herstellen und vertreibt seine Produkte in 40 Ländern. Dabei erzielt T&C einen Jahresumsatz von rund 6 Mio. €. Zum Sortiment zählen ausgefallene Papiersorten wie das gefärbte Transparentpapier Chromatico oder Evanescent mit Gold- und Perlmuttereffekt. Die erste, 1992 auf den Markt gebrachte Sorte, Mineralis, weist einen marbrierten Effekt auf, das Papier Canevas besitzt eine durch Filzabdruck erzielte Fischgratkörnung. Eine weitere Sorte mit dem Namen Dentelle ist eine Mischung aus Spitzen und verschlungenem Gewebe. www.arjowiggins.com

KBA-Geschäftsjahr 2005 WACHSTUM UND BESSERES ERGEBNIS

Durch eine starke Nachfrage auch in Deutschland konnte die Koenig & Bauer-Gruppe ihren Umsatz 2005 um 13,9% auf 1.621 Mio. € steigern und

das Ergebnis mit 33,3 Mio. € signifikant verbessern. Der in Radebeul bei Dresden angesiedelte Geschäftsbereich Bogenoffsetmaschinen steigerte seinen Umsatz um 14,2% auf 817,6 Mio. € und erreicht damit inzwischen die Hälfte des KBA-Umsatzes. Im Segment Rollen- und Sondermaschinen wuchs der Umsatz um 13,7% auf 803,4 Mio. € und der Auftragseingang gar um 33,7% auf 939,4 Mio. €. Im Konzern lag der Auftragsbestand mit 1.040,9 Mio. € Ende 2005 um knapp 150 Mio. € über dem Vorjahreswert und sichert eine gute Auslastung der KBA-Werke weit in das laufende Geschäftsjahr hinein.

www.kba-print.de

Internet

WERBUNG IM WEB LEGT DEUTLICH ZU

Der Umsatz der Internet-Werbung in den USA ist innerhalb von drei Monaten um 38% im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Grund für den Anstieg seien zusätzliche Werbeausgaben von Unternehmen. Im letzten Jahr lag der Gesamtumsatz an Online-Werbung bei 12,5 Mrd. \$ in den USA, 1997 war es gerade einmal 1 Mrd. \$.

Mehr und mehr Anzeigenkunden erkennen die Effekte des Mediums. So wird in England dieses Jahr vermutlich mehr Geld für Werbung im Internet ausgegeben als in den nationalen Tageszeitungen. 13,3% aller Werbeausgaben fließen nach einer Studie in die Online-Werbung, 13,2% der Werbebetriebs in Anzeigen bei der Tagespresse. Und auch in Deutschland ist der Markt der Internet-Angebote laut ZAW im Jahr 2005 um 22,5% gestiegen

Heidelberg Jahresabschluss ERTRAGSKRAFT WEITER GESTEIGERT

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat im Geschäftsjahr

2005/2006 (1. April 2005 bis 31. März 2006) bei Umsatz und Ertrag deutlich zugelegt. »Der Aufschwung hat sich im vergangenen Jahr stabilisiert«, sagte Heidelberg-Chef Bernhard Schreier. »Davon haben wir im abgelaufenen Geschäftsjahr profitiert. Für das laufende Geschäftsjahr gehen wir davon aus, dass der positive Trend anhält.« Der Umsatz der Heidelberg-Gruppe stieg um 12% auf 3,586 Mrd. € (Vorjahr: 3,207 Mrd. €). Allein im vierten Quartal stieg der Umsatz gegenüber dem Vorjahresquartal um rund 18% auf 1,149 Mrd. €. Zudem konnte das 18.716 Mitarbeiter

zählende Unternehmen das Ergebnis mit 277 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr um 31% steigern. Der Jahresüberschuss wurde mit 135 Mio. € im Vergleich zum Vorjahr mehr als verdoppelt.

www.heidelberg.com

Canon Finishing-Portfolio PARTNERSCHAFT MIT DUPLO INTERNATIONAL

Canon hat ein Vertriebsabkommen mit dem Anbieter für Weiterverarbeitungslösungen, Duplo International, abgeschlossen. Canon erweitert damit sein Angebot an digitalen Finishing-Lösungen, die europaweit erhältlich sein wer-

den. Durch die Partnerschaft mit Duplo kann Canon ein umfassendes Spektrum digitaler Weiterverarbeitungslösungen anbieten. Duplos Lösungen werden das bestehende Inline-Finishing-Angebot für Canon Systeme wie iR 7105 und der neuen imagePRESS C7000VP ergänzen. Die Finisher ermöglichen die Rationalisierung des Workflow-Prozesses sowie eine Steigerung der Produktivität und Effizienz bei der professionellen, qualitativ hochwertigen Fertigstellung von Druckprodukten.

www.canon.de

Maßstäbe bei Thermo-CTP ...



... setzen Sie mit der **Lastra LT-2** immer wieder auf Neue. Lastra LT-2, die vorewärmungsfreie, positiv arbeitende Fotopolymerplatte für 830-nm-Thermolaser: extrem hohe Auflösung, geeignet für feinste Raster einschließlich FM, hohe Auflagenleistung, einbrennbar.



LASTRAS DEUTSCHLAND GMBH

Porschestraße 8
63512 Hainburg

Tel. 0 61 82.78 27-0
www.lastragroup.de

Agfa **DRUCKPLATTENWERK WIRD GESCHLOSSEN**

Agfa plant den Druckplatten-Produktionsbetrieb von Lastra im italienischen Sulmona zu schließen. Die Absicht zur Schließung des Werks, in dem ausschließlich positive analoge Offsetdruckplatten hergestellt werden, ist eine Folge der rückläufigen Nachfrage nach derartigen Druckplatten und der schnellen Umstellung auf digitale Druckplattensysteme. Nach Prüfung der Möglichkeiten zur Fortführung des Betriebs hat Agfa Graphics die 121 Mitarbeiter darüber informiert, dass die Produktion an den Lastra-Standort in Manerbio in Italien verlagert wird. www.agfa.com

Polyester-CtP **ECRM ÜBERNIMMT ESKO-PRODUKTE**

Nach einer Mitte Juli veröffentlichten Mitteilung hat ECRM die Produktlinie der CtP-Polyester-Systeme samt der immateriellen Vermögenswerte und der geistigen Eigentumsrechte von Esko Graphics übernommen. Dazu zählen Fertigung und Vertrieb von DPX 4, DPX System, DPX Lite, WorkMates und allen damit zusammenhängenden Softwareprodukten, Verbrauchsartikeln, Ersatzteilen und anderen damit verbundenen Produkten. »Mit der Übernahme der CtP-Produktlinie von Esko Production können wir unseren Kunden ein noch breiteres Produktangebot bieten. Wir beabsichtigen, mit den bisherigen Vertriebspartnern von Esko Production unter der Marke ECRM auch weiterhin zusammenzuarbeiten«, so Rick Black, President und CEO von ECRM zur Übernahme. www.ecrm.com

Dialogmarketing nimmt zu **WACHSTUMSPUS VON 13,7%**

Der Markt für Werbeaufwendungen in Deutschland wächst. Nach einer Studie von Nielsen Media Research investierten Werbetreibende 2,96 Mio. € im vergangenen Jahr in Mailings. Im Vergleich zu 2004 entspricht dies einem Plus von 13,7%. Im Online-Bereich betrug die Wachstumsrate 30%. Die Briefpost verzeichnete ein Plus von 16,3% mit 165 Mio. €. Auch die persönliche Ansprache erhält bei Mailings eine immer größere Bedeutung. Dementsprechend stiegen die Ausgaben für adressierte Werbesendungen um 14,8% gegenüber dem Vorjahr.

Edipresse **AKZIDENZ BEI SWISS PRINTERS AG**

Das Westschweizer Verlagshaus Edipresse fusioniert seinen Akzidenzbetrieb Imprimeries Reunies de Lausanne SA (IRL, Sitz in Renens, Kanton Waadt) mit der 2004 gegründeten Swiss Printers AG. In Zukunft wird Edipresse 16% an der Swiss Printers AG halten; die Beteiligung von Ringier Print Holding wird 58,8%, die der NZZ AG 25,2% betragen. Die Fusion von IRL mit Swiss Printers hat nach Angaben von Edipresse zunächst eine bessere Auslastung der Maschinen und die Akquisition neuer Kunden zur Folge. Der Druck einer von Ringier publizierten Wochenzeitschrift wird nach Renens verlegt. Die Fusion ziehe keinerlei Entlassungen oder Umstrukturierungen bei IRL nach sich, erklärte Edipresse. Die Edipresse-Zeitungsdruckzentren in Bussigny und Vernier seien von der Transaktion nicht betroffen. Die IRL beschäftigt 230 Personen. Swiss Printers hat 1.100 Angestellte und erwirtschaftet einen Umsatz von etwa 192,3 Mio. €. www.swissprinters.ch

LCD-Beschichtungen **AUSBAU DER PRODUKTION**

Der Weltmarkt für LCD-Displays wächst schneller als erwartet. Die Gesamtfläche jährlich produzierter LCD-Bildschirmen soll in den nächsten drei Jahren um das zweieinhalbfache steigen. Fujifilm wird daher die Produktion für LCD-Beschichtungen weiter erhöhen. Hierzu werden insgesamt 786 Mio. € in den Ausbau der bestehenden Produktion investiert. www.fujifilm.com

SPATENSTICH FÜR NEUE HEIDELBERG-MONTAGEHALLE IN WIESLOCH



Gemeinsam mit dem Ministerpräsidenten des Landes Baden-Württemberg, Günther H. Oettinger, und prominenten Gästen beging die Heidelberger Druckmaschinen AG am 15. Mai 2006 den ersten Spatenstich für ihre neue Montagehalle 11 am Standort Wiesloch. In der mit einer Größe von 35.000 m² geplanten Halle (das entspricht fast fünf Fußballfeldern) wird das Unternehmen seine neue großformatige Druckmaschinengeneration montieren.

Vor rund einem halben Jahr hatte Heidelberg bekannt gegeben, mit den großformatigen Druckmaschinen Speedmaster XL 142 und Speedmaster XL 162 seine bestehende Maschinenreihen nach oben zu ergänzen. Die neuen Maschinen werden ein doppelt so großes Papierformat wie die bisherigen Druckmaschinen von Heidelberg bedrucken und können 40 DIN A4-Seiten auf Vorder- und Rückseite eines Bogens produzieren. »Wir wollen mit den neuen Formatklassen zusätzliche Märkte erschließen und vor allem unser Engagement im Verpackungsdruck ausbauen«, erklärte Dr. Jürgen Rautert, Technikvorstand von Heidelberg. Heidelberg plant, die neuen Formatklassen zur drupa 2008 in Düsseldorf vorzustellen.

Dafür investiert Heidelberg rund 45 Mio. € und tätigt damit die bedeutendste Investition am Standort Wiesloch seit zehn Jahren. »Nur in Wiesloch können wir mit bestausgebildeten Mitarbeitern und innovativen Produktionsprozessen diese Präzisionsmaschinen bauen«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender von Heidelberg. Der Bau der Halle 11 soll bis Juni 2007 abgeschlossen sein. Der Montagestart ist für September 2007 geplant – zum 50-jährigen Jubiläum des Standortes Wiesloch. Die heute größte und modernste Druckmaschinenfabrik der Welt wurde 1957 eingeweiht. www.heidelberg.com



Auf der hier schraffierten Fläche entsteht die neue Halle 11 der Heidelberger Druckmaschinen AG am Standort Wiesloch.

In der Halle 11 (Bild oben in der Animation) werden modernste Konzepte für Logistik und Produktion von Druckmaschinen realisiert. Dabei entspricht die Architektur der Halle 11 den in Wiesloch produzierten Produkten: Die gesamte Halle ist wie eine Druckmaschine gestaltet – mit Anleger, Druckwerken und Papierausleger.



QuarkXPress 7 KREATIVITÄT GEPAART MIT PRODUKTIVITÄT

Die seit langem erwartete Version QuarkXPress 7 wurde jetzt offiziell freigegeben. Experten bezeichnen Quark XPress 7 als eines der bedeutendsten jemals bei Quark erschienenen Updates. Mit über 160 neuen Funktionen und Verbesserungen ist XPress 7 ein Beweis für die Innovationskraft bei Quark. Die Anwendung ermöglicht neue Arbeitsweisen, die nicht mehr auf einzelne Prozesse, sondern auf die Layout-, Design und Produktionsumgebung als Gesamtheit ausgerichtet sind. Mit den neuen Features – angefangen bei der Transparenz und den Composition Zones bis hin zur optimierten PDF-Erzeugung und Druckausgabe – verbindet QuarkXPress 7 die Freiheit des Designs, Kollaborationsmöglichkeiten und die Unterstützung der Multichannel-Kommunikation in einem einzigen Softwaretool. Das neue Quark XPress 7 erweitert die Möglichkeiten der Kreativarbeit, unterstützt eine effiziente Zusammenarbeit im Team und beschleunigt die Produktion. Mit neuen Features wie Composition Zones und Job Jackets, durch die Unterstützung von OpenType und Unicode und mit Hilfe anderer Funktionen optimiert Quark XPress 7 Workflows in einer Weise, die es Kreativen und Druckereien ermöglicht, einfacher zusammenzuarbeiten und Fehler in der Produktion zu vermeiden.
 ► euro.quark.com

M-real erhöht die Preise UNBEFRIEDIGENDE ERLÖSSITUATION

M-real hebt zum 1. September die Papierpreise an. So kündigte der Geschäftsbereich Publishing eine Erhöhung der Preise für seine gestrichenen Magazinpapiere (Galerie Papers) um rund 5% in den europäischen Märkten an. Auch die holzfrei gestrichenen und ungestrichenen Großformatpapiere werden mit Wirkung vom 1. September 2006 um rund 5% teurer. Die Verkaufspreise für das Selbstdurchschreibepapier Zanders autocomp ist bereits mit Wirkung vom 1. Juli 2006 um bis zu 6% erhöht worden. Begründet werden die Preiserhöhungen mit gestiegenen Kosten für Energie, Zellstoff sowie für Transport.

► www.m-real.com

X-Rite ÜBERNAHME DER AMAZYS HOLDING AG

X-Rite, Anbieter von Farbmess-technologien, hat die Schweizer Amazys Holding AG übernommen, die für einen Kaufpreis rund 280 Mio. US-Dollar erworben wurde. Amazys bietet Produkte und Dienstleistungen für das Messen und Kommunizieren von Farbe unter dem Markennamen Gretag Macbeth an. Das vereinte Unternehmen wird unter dem Namen X-Rite Incorporated firmieren. X-Rite ist in vielen Branchen tätig, unter anderem in den Bereichen Grafik, Digital Imaging, Farbrezeptierung in Industrie und Einzelhandel sowie Medizin. X-Rite ist weltweit tätig und bedient Kunden in 100 Ländern über 21 Niederlassungen in Europa, Asien und Amerika. Das Unternehmen hat seinen weltweiten Hauptsitz in Grandville im US-Bundesstaat Michigan und unterhält den Hauptsitz für Europa in Regensdorf in der Schweiz.
 ► www.xrite.com

Kostensenkungsprogramm AGFA WIRD DREIGETEILT

Agfa-Gevaert hat im Juni 2006 beschlossen, den Konzern in drei selbstständige Unternehmensbereiche aufzuspalten: Graphics, HealthCare und Materials. Agfa-Gevaert NV wird dabei als Holding-Gesellschaft operieren. Im neuen Unternehmensbereich Materials sollen die Filmherstellungsaktivitäten mit allen Nischenprodukten zusammengefasst werden, um ihn als unabhängigen Anbieter von Film und zugehörigen Produkten zu positionieren. Die neue Struktur soll jedem Unternehmensbereich ein Optimum an Flexibilität bieten, um seine Wachstumsstrategie umzusetzen und die Kosten entsprechend den sich rasch ändernden Marktbedingungen zu senken. Agfa hat das Ziel, bis 2008 jährliche Kosteneinsparungen von 250 Mio. € zu erreichen.

In den vergangenen Jahren hat sich Agfa-Gevaert zu einem Hersteller digitaler Imaging- und IT-Lösungen und -Services entwickelt. Dieser Wandel war das Ergebnis einer Strategie, die Investitionen und Akquisitionen in neuen Wachstumsbereichen (z.B. industrieller Inkjetdruck und Informationstechnologie für den Gesundheitssektor) mit Veräußerungen von nicht zu den Kernaktivitäten gehörenden Bereichen (z.B. Consumer Imaging) kombinierte. Die Bereiche Graphics und HealthCare sind schon seit Anfang 2006 im operativen Geschäft voneinander unabhängig. v
 Die Agfa-Gevaert-Gruppe ist in 40 Ländern aktiv und verfügt über Vertretungen in weltweit weiteren 100 Ländern. 2005 erzielte die Agfa-Gevaert-Gruppe einen Umsatz von 3.308 Mio. €.
 ► www.agfa.com



DRUCKMARKT COLLEGE

ZAHLEN-GLOSSAR



»Druckmarkt College« ist eine kleine Reihe an Nachschlagewerken zu aktuellen und wichtigen Themen der grafischen Industrie, der Werbe- und Design-Szene. Im Zahlenglossar widmet sich Klaus-Peter Nicolay den Zahlen und Ziffern. Doch nicht nur die Entstehungsgeschichte oder ihre mystischen Symbole kommen zur Sprache, viel mehr ist der »Zahlen-Glossar« eine kurzweilige Zusammenstellung vieler Zahlenreihen, Formeln, Einheiten und Größen samt deren Erklärungen, die direkt oder indirekt mit der Herstellung oder Produktion von Drucksachen zu tun haben.

170 Seiten, Format 115 x 210 mm.
 12,80 € plus Versandkostenpauschale.

Leicht bestellt im Internet:
www.druckmarkt.com
 oder direkt beim arcus-Verlag:
Fax: +49 (0) 26 71-38 50.

Ja, ich will den Zahlen-Glossar!

Senden Sie mir _____ Exemplar(e).

Name _____

Straße _____

PLZ, Ort _____

Datum, Unterschrift _____