



Fujifilm NEUE STRUKTUR, NEUES LOGO

Fuji führt ein neues Corporate Logo ein. Die Änderung steht im Zusammenhang mit der am 1. Oktober 2006 eingeführten Holdingstruktur, die das strategische Management der Gruppe neu ordnet. Seit Anfang Oktober werden unter dem Dach der Fujifilm Holdings Corporation die Unternehmen Fujifilm Corporation und Fuji Xerox Co. Ltd. tätig sein.

Das neue Logo wird seit dem 1. Oktober weltweit eingesetzt. Das bisherige Logo war 26 Jahre lang im Einsatz. In dieser Zeit wurden die Geschäftsbereiche des Unternehmens erheblich erweitert, indem kontinuierlich neue Technologiefelder erschlossen wurden.

FUJIFILM Fujifilm bezeichnet die gegenwärtige Phase als »Zweite Gründung« des Konzerns und wird unter der neuen konsolidierten Managementstruktur der Fujifilm Holding Reformen umsetzen. Herzstück der Neuausrichtung sind Investitionen in Wachstumsmärkte, der Aufbau neuer Geschäftsbereiche sowie anhaltende Investitionen in Forschung und Entwicklung. Zu den Geschäftsfeldern, die teils auch auf dem Wege des Merger und Acquisition nachhaltig ausgebaut werden sollen, gehören die Bereiche Medical Imaging und Life Science, Dokumentenverwaltung, Grafische Systeme, hochfunktionelle Materialien wie Beschichtungen für Flachbildschirme, elektronische Materialien und optische Systeme. > www.fujifilm.de

Konzentration ECKART SCHLIESST STANDORT

Im Zuge seiner strategischen Ausrichtung konzentriert sich der Geschäftsbereich Effect Pigments der Eckart-Gruppe (Altana Chemie AG, Wesel) auf die Realisierung von Synergiepotentialen und auf die Verbesserung der Strukturen innerhalb des Geschäftsbereichs. Eckart wird zum Ende des Jahres 2006 den Produktionsstandort für Aluminiumpasten in Porto Marghera nahe Venedig schließen und die Produktion an die bestehenden europäischen Standorte verlagern. > www.altanachemie.com

Kamerahersteller LEICA ÜBERNIMMT SINAR

Der Kamerahersteller Leica übernimmt von Jenoptik den Profikamerahersteller Sinar. Die in der Schweiz ansässige Sinar AG machte mit Groß- und Mittelformatkameras bis zu 15 Mio. € Jahresumsatz. Über den Preis für die 51% der Anteile wurde nichts bekannt. Leica will sich mit dem Zukauf stärken, nachdem die Firma die Entwicklungen im Bereich der Digitalfotografie lange nicht mithalten konnte. Im abgelaufenen Geschäftsjahr konnte Leica den Umsatz um 16% auf 107 Mio. € steigern und den Verlust auf 9,2 Mio. € halbieren. > www.leica.de > www.sinar.ch

Etiketten und Verpackung EFI ÜBERNIMMT JETRIION

EFI, Anbieter von Digitaldruckcontrollern, Tinten und Tintenstrahl-druckern sowie Managementinformationssystemen für Druckumgebungen, hat die Übernahme der Jetriion LLC, einem Unternehmen der Flint Group, für einen Kaufpreis von etwa 40 Mio. US-\$ bekannt gegeben. Jetriion ist Anbieter innovativer Tintenstrahl-drucker, Tinten und spezifischer Drucksysteme für den Etiketten- und den Verpackungsdruck. Da in diesem Markt die Nachfrage nach Lösungen für Kleinauflagen und variable Inhalte kontinuierlich zunimmt, sieht EFI entsprechendes Wachstumspotenzial und ergänzende Entwicklungsmöglichkeiten von Jetriion und VUTEK, der EFI-Farbmanagementlösungen und der RIP-Technologien. > www.efi.com

Lüscher AG an einen österreichischen Finanzinvestor verkauft

Global Equity Partners erwirbt 80% am Schweizer Belichter-Hersteller: Lüscher sieht sich auf Erfolgskurs

Ende September hat Hans Lüscher, Inhaber und bisheriger Verwaltungsratspräsident der Lüscher AG in Leutwil die Mehrheit seines Unternehmens an die Österreichische Investmentfirma PAInvest übertragen und die Nachfolgeregelung für sein Unternehmen eingeleitet.

Die PAInvest ist eine Beteiligungsgesellschaft der Österreichischen Global Equity Partner (GEP) und beteiligt sich mehrheitlich an mittelständigen Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wilhelm Tschol, Vorstand der PAInvest, übernahm den Posten des Verwaltungsratspräsidenten von Hans Lüscher (60), der weiterhin im Verwaltungsrat bleibt. Altershalber ausgeschieden ist Lars Janneryd (68), der als bisheriges Geschäftsleitungsmitglied für Marketing und Vertrieb zuständig war. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart.

Kurt Steidle neuer Geschäftsführer



Als neuer Geschäftsführer wurde Kurt Steidle eingesetzt. In seiner letzten Position bei Kodak war er verantwortlich für Kodak Polychrome in Österreich und der Schweiz. Seine bisherige Verantwortung für die Entwicklung, Produktion und Qualitätskontrolle der

Newsetter Thermoplatenbelichter verschaffte ihm profunde Kenntnisse im Computer-to-Plate-Bereich.

Erfolgreiche Lüscher-Produktpalette

Die heute 80 Mitarbeiter zählende Lüscher AG hat seit 2000 mit der Einführung der Xpose!-Plattenbelichter den Umsatz von 25 Mio. CHF kontinuierlich auf 55 Mio. CHF erhöht und weltweit mehr als 850 Xpose! Thermoplatenbelichter verkauft. Besonders die großformatigen Modelle wie der Xpose! 160 für 16 A4-Seiten und der Xpose! 190 für 32 Seiten wurden in den letzten Monaten gut verkauft. Weitere Umsatzträger waren die inzwischen über 400 Jet-Screen Anlagen, die im Computer-to-Screen-Verfahren die Siebdruckherstellung revolutioniert haben. Mit den Erträgen aus den beiden Bereichen wurde von Lüscher der JetPrint 3530 UV Großformatdrucker entwickelt, der mit 3,05 m x 3,50 m der weltgrößte Flachbettdrucker der Welt ist und inzwischen gut im Markt aufgenommen wurde. Eine sehr große Nachfrage hat der auf der Ipex 06 vorgestellte Xpose! UV conventional zur Produktion von UV-empfindlichen, konventionellen Offsetplatten, deren Preis bei fast der Hälfte der Thermoplaten liegt und damit den Druckern erhebliche Einsparungen bietet. Nach dem erfolgreichen Test der ersten Geräte werden die mehr als 20 Bestellungen ab Januar 2007 ausgeliefert.

Wie Lüscher seinen Vertriebspartnern und Kunden mitgeteilt hat, wird die bisherige Produktpalette beibehalten, der Service und Support im bisherigen Rahmen weitergeführt und die in der Entwicklung befindlichen Produkte im geplanten Zeitrahmen in den Markt gebracht. Der internationale Vertrieb erfolgt über ein Netzwerk ausgesuchter Fachhandelsfirmen.

Weiterentwickeln oder neu ausrichten

Die Lüscher AG in Leutwil wurde vor 60 Jahren gegründet und war bislang im Besitz der Familie. Nach der erheblichen Umsatzsteigerung in den letzten Jahren rechnet Lüscher in den kommenden Jahren mit einer weiteren bedeutenden Umsatzausweitung und forciert die weitere Expansion. Wilhelm R. Tschol, Vorstand der PAInvest und Lüscher-Verwaltungsratspräsident, ist überzeugt: »Die nachhaltige Sicherung eines bestehenden Traditionsunternehmens mit außergewöhnlichem Innovationspotential, hat uns zu diesem Akquisitionsschritt bewogen. Und die Pipeline ist mit viel versprechenden Produktneheiten gefüllt.« Die Performance Achievement Invest (PAInvest) beteiligt sich an interessanten Unternehmen mit Wertsteigerungspotenzialen, die sie über eine mittelfristige Behaltdauer weiterentwickelt oder neu ausrichtet.

> www.luescher.com

Heidelberger Druckmaschinen AG weiht neues Werk in Shanghai ein

Erster Produktionsstandort in Asien: Montage von Falzmaschinen und kleinformatigen Offsetmaschinen

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat Ende September ihr neues Montagewerk in Shanghai, China, offiziell eingeweiht. Für den weltweit größten Hersteller von Bogenoffset-Druckmaschinen, der außer in Deutschland Produktionsstandorte in vier weiteren Ländern unterhält, ist es das erste Werk in Asien.



»Mit der Eröffnung des neuen Standortes können wir mit den dort produzierten Maschinen unsere Kunden in China jetzt auch direkt beliefern«, sagte Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender des Unternehmens. »Dadurch festigen wir unsere starke Position im Wachstumsmarkt Asien.« In Betrieb genommen wurde der Standort bereits im Frühjahr 2006. Seither wird in der Industriezone Qingpu im Westen der 13-Millionen-Einwohner-Metropole Shanghai in erster Linie eine spezifische Baureihe von Falzmaschinen montiert. Die wichtigsten Teile werden zunächst von deutschen Produktionsstandorten angeliefert. Mittelfristig sollen rund 80% der Teile von lokalen chinesischen Zulieferern kommen. In einem

zweiten Schritt wurde im Sommer mit der Montage einer Baureihe kleinformatiger Druckmaschinen begonnen, die ebenfalls nur in China abgesetzt werden sollen.

Riesiger Absatzmarkt

China ist das Land mit dem weltweit stärksten Wachstum im Druckgewerbe. Nach offizieller Zählung gibt es im Land heute rund 100.000 Druckereien; zählt man Kleinstbetriebe und Copyshops mit hinzu, sind es sogar 180.000. Die Umsätze der 100.000 Druckereien (in Deutschland gibt es etwa 11.500 Betriebe) stiegen zuletzt um 15% pro Jahr. Zusammen mit den Umsätzen wachsen auch die Investitionen: Bereits 2007, so Hochrechnungen von Branchenex-



perten, wird China der größte Einzelmarkt für den Absatz von Druckmaschinen sein. Aller Voraussicht nach werden in den kommenden Jahren gerade die kleineren Unternehmen verstärkt investieren. Beflügelt wird die Nachfrage nach neuen Maschinen sicher auch durch Druckaufträge der Olympischen Spiele 2008 in Peking sowie der Weltausstellung in Shanghai zwei Jahre später. Bereits heute erzielt Heidelberg in China rund 10% seines Umsatzes von 3,5 Mrd. €. Nach Deutschland und den USA ist China schon jetzt der drittgrößte Absatzmarkt für das Unternehmen. Heidelberg beschäftigt in China derzeit rund 600 Mitarbeiter, den überwiegenden Teil davon im Vertrieb und im Service.

Der neue Standort umfasst im ersten Bauabschnitt Gebäude mit einer Gesamtfläche von 6.200 m². Neben der 5.000 m² großen Montagehalle schließen sich Bürogebäude und ein Ausstellungsraum an. Bereits vor der offiziellen Einweihung des ersten Bauabschnitts wurde im August mit den Vorbereitungen der zweiten Ausbaustufe begonnen. Der Spatenstich dazu fand im Rahmen des Festaktes am 28. September 2006 statt. Bis Frühjahr 2007 wird eine 11.000 m² große Halle errichtet werden, in der die Montage der Druckmaschinen erfolgt. Die ersten Druckmaschinen aus Qingpu für den chinesischen Markt werden Anfang 2007 verfügbar sein.

➤ www.heidelberg.com

Top-Jobs in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Ab sofort die Stellenbörse für Top-Jobs in der Medienbranche in Zusammenarbeit mit »mediajobbing« im Internet.

www.mediajobbing.de
www.druckmarkt.de
www.druckmarkt-schweiz.ch

MEDIAJOBING.
Stellenmarkt für die Print- & Medienbranche
DRUCKMARKT 



Heidelberg VERSTÄRKUNG IM FLEXODRUCK?

Laut einer Meldung der FAZ vom 17. Oktober 2006 will die Heidelberger Druckmaschinen AG über ihre Beteiligungsgesellschaft Gallus (St. Gallen, Schweiz) die BHS Druck- und Veredelungstechnik übernehmen. BHS, der 120 Mitarbeiter zählende Hersteller von Flexodruckmaschinen für den Verpackungs- und Etikettendruck, erzielte zuletzt einen Umsatz von 128 Mio. €. Gallus, Hersteller von schmalformatigen Druckmaschinen für den Etiketten- und Verpackungsdruck, hatte sich im Oktober 2005 an BHS mit 30% beteiligt. An dem St. Galler Unternehmen Gallus, das 2005 einen Umsatz von etwa 131 Mio. € umsetzte, ist Heidelberg seinerseits ebenfalls mit 30% beteiligt. www.heidelberg.com

Faltschachtelindustrie CAPA NEUES FFI-MITGLIED

Der Papier- und Kartonvertrieb CAPA International Crummenerl & Albers mit Sitz in Wuppertal gehört seit August 2006 zum Kreis der Assoziierten Mitglieder des Fachverbands Faltschachtel-Industrie (FFI). Die CAPA International vertritt eine Reihe von zumeist ausländischen Papier- und Kartonerzeugern, die in Deutschland keinen eigenen Vertrieb vorhalten. Zum Lieferprogramm zählen neben grafischen und Tissue-Papieren, Folien und Kartonqualitäten für Faltschachtelanwendungen.

Der FFI vertritt seit 1948 die Interessen von rund 90 Unternehmen des Industriezweigs, die jährlich etwa 767.000 t Faltschachteln produzieren. Dies entspricht einem Produktionswert von etwa 1,638 Mrd. Euro (2005). 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 Non-Food-Industrie produziert.

www.capa-international.de www.ffi.de

KBA MONTAGEHALLE FÜR WERTPAPIERDRUCK

Im Rahmen eines Festaktes wurde am 21. September bei der österreichischen Tochtergesellschaft KBA-Mödling AG eine neue Montagehalle ihrer Bestimmung übergeben. In der rund 2.500 m² großen Halle sollen Nummerier-, Siebdruck-, Endverarbeitungs- und andere Spezialmaschinen für die Banknotenproduktion montiert werden. Die Produktion der von der Schweizer Tochtergesellschaft KBA-GIORI S.A. in Lausanne vertriebenen Anlagen für den Banknoten- und Wertpapierdruck ist seit einigen Jahren komplett am ältesten und größten ausländischen KBA-Standort vor den Toren Wiens angesiedelt, nachdem schon seit Mitte der 1960er Jahre unter anderem Simultan-Trockenoffsetmaschinen in Mödling gefertigt wurden. Die Kapazitätserweiterung trägt dem gewachsenen Geschäftsvolumen in dem für die Koenig & Bauer-Gruppe seit über 50 Jahren sehr bedeutenden Segment Banknotendruck Rechnung. www.kba-print.de

Computer HP VERDRÄNGT DELL

Hewlett Packard (HP) hat den Rivalen Dell als führenden PC-Hersteller abgelöst und erstmals mehr Computer verkauft, teilten die Marktforscher IDC und Gartner mit. Laut Gartner hat HP nun einen Marktanteil von 16,3%, Dell 16,1%. HP hatte 2003 mit der Übernahme des Computerherstellers Compaq sein PC-Geschäft gestärkt. Insgesamt wuchs der PC-Markt weltweit um knapp 7% im dritten Quartal.



Druckmaschinenaggregate BALDWIN ÜBERNIMMT OXY-DRY

Die Baldwin Technology Company, Inc. Anbieter von Zubehör und Peripheriesystemen für die Druckindustrie, übernimmt Oxy-Dry. Der Oxy-Dry-Konzern, ein Privatunternehmen mit einem jährlichen Umsatz von rund 38 Millionen US-Dollar, stellt Zubehör und Peripheriesysteme für die Druckindustrie her. Die Produkte von Oxy-Dry werden im Bogen- und Verpackungsdruck, im Akzidenz-Rollenoffset- und Zeitungsdruckmarkt verwendet und an Produktionsstätten in den USA und Egelsbach, Deutschland, hergestellt. Für Gerald Nathe, Chairman und CEO der Baldwin Technology Company, ist die Übernahme ein bedeutender Schritt beim Ausbau der Baldwin-Präsenz in deren Kernmärkten. »Oxy-Dry bedient die Druckindustrie seit über 65 Jahren und hat sich einen ausgezeichneten Ruf erworben. Beide Unternehmen passen



hervorragend zusammen.« Karl Pühringer, President und Chief Operating Officer (COO) von Baldwin: »Die Übernahme eröffnet die Möglichkeit, die Technologien von Oxy-Dry und von Baldwin zu kombinieren. Die Bürstenreinigungstechnologie von Oxy-Dry stärkt die Position von Baldwin als Anbieter von Komplettlösungen für Reinigungsanwendungen im Offset, und insbesondere im Zeitungs- und Akzidenz-Rollenoffsetmarkt.«

www.baldwin.de



Fujifilm NEUE CTP-PLATTEN-STRASSE IN BETRIEB

Fujifilm hat am 27. September die zweite Produktionsstraße für digitale Offsetplatten in Tilburg, Niederlande, in Betrieb genommen. Die Arbeiten hatten bereits im Juli 2005 begonnen und ein Investitionsvolumen von mehr als 40 Mio. € verschlungen. Ziel der Investition ist es, die Verfügbarkeit von Fujifilm-Produkten zu sichern, die in Europa und für Europa hergestellt werden. Fujifilm produziert in Tilburg seit 1991 Offsetplatten und hat die Palette der dort hergestellten Produkte von konventionellen auf digitale Offsetplatten ausgebaut. Auf der neuen Plattenstraße werden digitale Offsetplatten für den Wachstumsmarkt Computerto-Plate hergestellt. Im letzten Jahr hat der Anteil der CtP-Platten am Gesamtverbrauch von Druckplatten in Europa mehr als 70% ausgemacht und die Nachfrage hält unvermindert an. Nach Anlauf der neuen Produktionslinie können in Tilburg bis zu 45 Mio. m² Druckplatten nahezu automatisch hergestellt werden. Dennoch werden in Tilburg etwa 1.000 Mitarbeiter beschäftigt, die bis zu 6.000 verschiedene Plattentypen, -stärken und -formate herstellen.

www.fujifilm.de



Buchherstellung BVDM WARNT VOR VERLAGERUNG

Nach einer aktuellen Intergraf-Studie im Auftrag der Europäischen Kommission wandern Aufträge zur Herstellung gebundener Bücher zunehmend von Europa nach Fernost ab. Dies betrifft vor allem Publikationen, die nicht an bestimmte Erscheinungstermine gebunden sind. Ursache hierfür seien niedrige Transportkosten und die Arbeitsbedingungen in diesen Ländern. Die Studie ergab, dass der Import von Büchern aus Südostasien, insbesondere aus China und Hongkong, in den letzten Jahren sprunghaft gestiegen ist. So verdreifachte sich beispielsweise der Import von Büchern aus China nach Deutschland von 17,7 Mio. € im Jahr 2002 auf 55,8 Mio. € in 2004.

Anlässlich der Buchmesse in Frankfurt warnte der Hauptgeschäftsführer des Bundesverband Druck und Medien, Thomas Mayer, ausdrücklich davor, die Gefahren für die weitere Entwicklung der europäischen Buchindustrie zu ignorieren.

»Mit Kinderarbeit und Hungerlöhnen kann und will hier kein Buchproduzent konkurrieren«, kritisierte Mayer die Lage. Von der EU-Kommission forderte er Maßnahmen, um die Buchherstellung an Menschenwürde und Recht zu binden. Gerade die Fertigung eines Kulturgutes sollte die Wehrhaftigkeit Europas in der Globalisierung beweisen.

www.bvdm-online.de



Papierhandel PREISERHÖHUNGEN

Rasant steigende Energie- und Rohstoffpreise bei den Papierherstellern haben europaweit zu Preiserhöhungen in nahezu allen Produktbereichen geführt. Ab November 2006 erhöhen daher praktisch alle Papierhändler die Preise. Die deutschen Unternehmen der Igepa group reagieren mit Erhöhungen zwischen 5% und 8%, Schneidersöhne versucht dem Margenproblem ebenfalls mit Preiserhöhungen zu entgehen, die Papier Union wird die Preise für ihr gesamtes Sortiment um etwa 6% erhöhen, M-real Zanders hat die Verkaufspreise für das gesamte CHROMOLUX Sortiment, für die Anwendungen Etikett, Grafik und Verpackung ab dem 1. November 2006 um 3% bis 5% erhöht und auch die Deutsche Papier hat angekündigt, die Preise für ihr Sortiment ab 1. November 2006 um 6% erhöhen. Als Grund für die Preisanpassung geben die Papierhändler unisono gestiegene Kosten in den Bereichen Beschaffung, Transport und Energie an.

MD Papier schließt MYLLYKOSKI ÄNDERT STRATEGIE

Der finnische Papierkonzern Myllykoski setzt seinen Umstrukturierungsprozess fort und schließt die traditionsreiche Papierfabrik MD Papier in Dachau bei München, in der etwa 350 Mitarbeiter beschäftigt werden. Der Standort, der als München-Dachauer Papierfabrik (MD-Papier) bereits 1862 gegründet wurde, produziert 230.000 Tonnen holzhaltiger gestrichener Druckpapiere (LWC) und soll im Sommer 2007 geschlossen werden. Die Kapazität entspricht etwa 20% der LWC-Kapazität von Myllykoski in Europa. Damit reagiert Myllykoski auf die Überkapazitäten im Papiermarkt. Zeitgleich wurde entschieden, die Investition für ungestrichenes Druckpapier (SC) vom ursprünglich geplanten Standort im tschechischen Opatovice zu Myllykoskis Standort nach Plattling in Niederbayern zu verlegen. Diese Entscheidung soll eine Weiterbeschäftigung von Dachauer Mitarbeitern ermöglichen. Das Projekt schafft etwa 130 neue Arbeitsplätze. Der Bau der SC-Fabrik in Plattling soll sofort beginnen, die Produktion 2008 anlaufen. Myllykoski betreibt neun Papierfabriken in Finnland, Nordamerika, Deutschland und der Schweiz mit einer Jahresleistung von insgesamt 2,8 Mio. Tonnen. Die Wurzeln der Gesellschaft reichen bis ins Jahr 1892 zurück. Die Gruppe beschäftigt ca. 3.700 Mitarbeiter. www.myllykoski.com

Schlott TIEFDRUCKER BIEGELAAR ÜBERNOMMEN

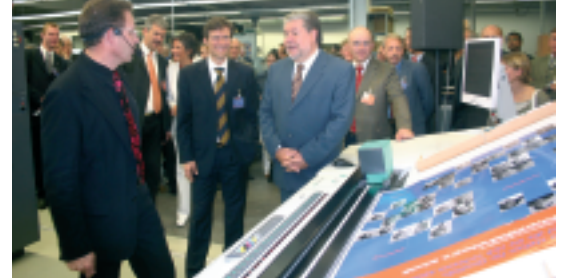
Die Schlott-Gruppe übernimmt von bencis capital partners alle Anteile der niederländischen Biegelaar B.V. mit Sitz in Maarssen. Der Kaufvertrag wurde am 10. Oktober unterzeichnet, die Transaktion steht jedoch noch unter Vorbehalt der Zustimmung der deutschen Kartellbehörden. Mit Biegelaar, der zweitgrößten niederländischen Druckerei, positioniert sich Schlott nun als Nummer 2 im europäischen Tiefdruck und steigert ihren Marktanteil von 9,1% auf 11,6%. Die Kundenbasis beider Gesellschaften überschneidet sich nicht. Biegelaar ist auf den Zeitschriftendruck konzentriert. Der Anteil am Produktportfolio der Schlott-Gruppe wird von rund 20% auf 28% steigen; gleichzeitig wird der Anteil des Kataloggeschäfts von 45% auf 40% zurückgehen. Der Beilagenanteil wird 32% nach bisher 35% betragen.

Biegelaar beschäftigt rund 200 Mitarbeiter, setzt etwa 25 Mio. € um und verfügt über vier mittelbreite Tiefdruckrotationen sowie Weiterverarbeitungskapazitäten an ihrem Standort südlich von Amsterdam. Nach hohen Investitionen in den letzten Jahren verfügt der Standort über eine effiziente Organisation und moderne Anlagen. www.schlottgruppe.de



Sappi Printer of the Year 2006 WERBEDRUCK PETZOLD GEWINNT SAPPI-AWARD

Finalisten aus allen Kontinenten waren für neun verschiedene Kategorien nominiert und stellten eine faszinierende Palette an Print-Produkten vor. Die Besten wurden aus über 6.000 Einsendungen ausgewählt – und diese Besten aus unterschiedlichen Regionen trafen sich Ende Oktober in Budapest, wo die Gewinner der Awards gekürt wurden. Werbedruck Petzold, Gernsheim, gewann in der Kategorie »General Print« mit einem aufwändigen Presse-Kit, das für den Kunden OMEGA produziert wurde. Die ausgezeichnete Arbeit wurde in der »Photo Realism«-Qualität, einer bei Werbedruck Petzold entwickelten Technik, hergestellt. Laut Aussage der Jury handelt es sich bei dieser Arbeit »um ein Beispiel erfolgreicher Zusammenarbeit von komplexem Design und perfekter Ausführung«. Für Geschäftsführer Peter Petzold ist dieser Erfolg die Bestätigung eines neuen Trends: »Geiz ist eben nicht mehr geil, sondern Synonym für mäßige Einheitsqualität. Kunden, die hochwertige Produkte anbieten, erkennen immer mehr, dass nur eine außergewöhnliche und hochwertige Präsentation den Verkauf wirksam unterstützt. Neue Techniken helfen uns dabei, höchste Qualität so preiswert anzubieten, dass unsere Auftraggeber auch in Zeiten knapper Budgets nicht auf die optimale Darstellung ihrer Produkte verzichten müssen.« www.werbedruck-petzold.de



MAN Roland DirectDrive LIZENZ ZUM RÜSTZEITSENKEN

Im September war die Gutenberg-Stadt Mainz Schauplatz einer richtungweisenden Technologie-Einführung. Die Universitätsdruckerei H. Schmidt hatte den rheinland-pfälzischen Ministerpräsidenten, Kunden und die Presse eingeladen, um die von MAN Roland entwickelte DirectDrive-Technik weltweit erstmals live vorzuführen. Die Steigerung der Effizienz in der Druckproduktion war schon Gutenbergs Anliegen, sie ist auch jetzt die Triebfeder für die Universitätsdruckerei H. Schmidt, als einem von mehreren Feldtestpartnern mit MAN Roland die DirectDrive-Technik zur Praxisreife zu führen. Die neue Sechsfarben ROLAND 700 verfügt an allen sechs Druckwerken über direkt angetriebene Plattenzylinder. Damit werden die Rüstzeiten für Plattenwechsel, Gummituchzylinder-, Druckzylinder- und Farbwerkwaschen sowie Farbeinlauf um bis zu 60% reduziert. Die Universitätsdruckerei H. Schmidt zeigte beim Druck eines sechsfarbenen Plakats mit Bildern der Gäste den vollständigen Plattenwechsel mit Gummituch- und Druckzylinderwaschen bis zum ersten Kontrollbogen in 4 Minuten und 30 Sekunden und einen weiteren Plattenwechsel ohne Waschfunktionen in weniger als 3 Minuten.

Für die DirectDrive-Demonstration wurde ein Plakat mit Bildern der Gäste gedruckt. In der Bildmitte der Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz Kurt Beck und MAN Roland-Vorstand Dr. Markus Rall (links).

Dr. Markus Rall, für den Bogenbereich zuständiger MAN Roland-Vorstand: »Die Idee hinter DirectDrive ist die Entkopplung«. Durch sie könne deutlich mehr Produktionszeit erzielt werden, weil weniger gerüstet wird. Bertram Schmidt-Friderichs, Inhaber und Geschäftsführer der für ihre hohen Qualitätsansprüche bekannten Druck- und Verlagsgruppe, hatte zuvor im firmeneigenen Museum begründet, warum sein Haus als Feldtestpartner jetzt auch zum Technologiepionier wird. »Das hat viel zu tun mit dem Vertrauen in MAN Roland«, führte er aus. Bezogen auf die bislang gesammelten Erfahrungen mit DirectDrive sagte er: »Das System läuft stabil.« Der Ministerpräsident des Landes Rheinland-Pfalz, Kurt Beck, bewertete die Inbetriebnahme als Sprung in die Zukunft. »Dieses Gemeinschaftsprojekt ist eine schöne Symbiose eines Mittelständlers und eines weltweit agierenden Großunternehmens«, lobte er. www.man-roland.de www.universitaetsdruckerei.de

Lesen Sie in dieser Ausgabe ein ausführliches Portrait des Verlags und der Universitätsdruckerei H. Schmidt ab Seite 34.

Presstek will mit einem neuen Distributor in Deutschland besser Fuß fassen

BETA Service- und Vertriebs GmbH vertreibt nach den CtP-Lösungen nun auch Presstek-DI-Drucksysteme

Presstek, Hersteller von Vorstufensystemen, Druckplatten und Drucksystemen, hat die BETA EDV Service- und Vertriebs GmbH aus Mühlheim am Main als neuen Distributor für den Vertrieb und Service seiner Direct Imaging (DI) Druckanlagen ernannt. Bisher hatte BETA Service die CtP-Lösungen des Herstellers in Hessen vertrieben.

Die bereits bestehende Zusammenarbeit und die zentrale Lage in Deutschland haben BETA Service für die Übernahme dieser Aufgabe prädestiniert. Ein weiterer Grund sind die Räumlichkeiten von rund 600 m², auf denen inzwischen ein Demo- und Schulungszentrum für die DI-Anlagen eingerichtet wurde.

Erweitertes Portfolio

Für das Systemhaus bedeutet die Vereinbarung eine Erweiterung des Produktfolios. »Wir schließen mit dem Vertrieb und dem Service der DI-Anlagen von Presstek die Lücke zwischen Offsetdruckereien und Copyshops,« so Thorsten Ott, Inhaber und Geschäftsführer von BETA Service.

»Wenn heute die Druckkosten für einen Auftrag kalkuliert werden, stellt sich oft heraus, dass eine Druckmaschine wie eine DI-Anlage die günstigste Lösung zwischen Digitaldruck und Nassoffsetdruck darstellt.« Die Kunden profitierten von kürzeren Rüstzeiten, Umweltverträglichkeit der chemiefreien Plattenbelichtung und dem Qualitätsvorteil der DI-Drucklösungen. Deutschland



sei reif für Produkte wie die Presstek 34DI und 52DI, meint Thorsten Ott.

BETA Service hat eigens ausgebildete Drucktechniker für Schulungen, Demovorführungen und den After-Sales-Support- und Service an den DI-Anlagen eingestellt. Als Systemhaus mit eigener Softwareentwicklung ist BETA Service darüber hinaus in der Lage, Druckanlagen und auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Systemlösungen anzubieten.

Auf dem 2.500 m² großen Firmengelände und dem Bürogebäude mit 600 m² Nutzfläche ist ein modernes Demo- und Schulungszentrum entstanden. Die zentrale Lage von Mühlheim am Main im Rhein-

Main-Gebiet ermöglicht es BETA Service, sich als zentrale Anlaufstelle für alle Presstek-Händler zu etablieren. BETA Service wird nach wie vor die CtP-Anlagen von Presstek in enger Zusammenarbeit mit dem Händlerverbund Ring Grafischer Fachhändler vertreiben.

DI ist Mainstream?

Presstek ist der Meinung, dass sich die DI-Produkte am Markt durchsetzen werden – auch nachdem Heidelberg als Partner von Presstek aus diesem Marktsegment ausgestiegen ist und auch KBA die »kleine« Karat nicht mehr vermarktet. »Denn Digital Imaging ist Mainstream«, so Stan Najmr, Marketing Director DI Products bei Presstek (siehe auch unser Heft 42, Seite 64). Najmr begründet seine Annahme damit, dass die Zielgruppe Unternehmen seien, die bisher im Digitaldruck produzieren und eine Lösung im oberen Qualitätssegment suchten. Schließlich sei auch der Workflow mit den Presstek-Maschinen vergleichbar einfach wie der im Digitaldruck.

- www.beta-service.com
- www.presstek.com



poligrafia 2007

Internationale Messe für Druckmaschinen, Druckbedarf und Druckdienstleistungen
27. – 30. März 2007

KONTAKTZENTRUM IM ZENTRUM EUROPAS

- Die größte und bedeutendste Messe der Druckereibranche in diesem Teil Europas.
- Der einzige Ort in Polen, wo das weltweite Angebot für Druckereien an einem Platz versammelt ist.

Schließen Sie sich uns im Jahre 2007 an!



Veranstalter:

Internationale Messe Poznań GmbH
ul. Głogowska 14, 60-734 Poznań
Projektteam POLIGRAFIA
Tel. (061) 869 22 87, 869 21 38
Fax (061) 869 29 56
E-Mail: poligrafia@mtp.pl
www.poligrafia.mtp.pl



Flint Group **PREISERHÖHUNGEN FÜR DRUCKFARBEN**

Mit sofortiger Wirkung erhöht Flint Group die Preise für Illustrationstiefdruck und Heatsetfarben in Europa. Diese Anpassungen seien notwendig, so das Unternehmen in einer Mitteilung, um hohe Energie-, Rohstoff- und Logistikkosten aufzufangen. »Im Laufe der letzten Monate mussten wir einen weiteren Anstieg der Rohstoffpreise um bis zu 15% verzeichnen. Der weltweite Bedarf an Energie und chemischen Rohstoffen ist weiterhin sehr hoch, was zu einer Verknappung der Rohstoffe für Druckfarben führt. Auch der jüngste Rückgang des Rohölpreises hat keine spürbare Erleichterung gebracht, da sich der Preis seit 2003 mehr als verdoppelt hat«, sagt Wolfgang Blumschein, Vice President & General Manager der Flint Group Europe Division Publikationsdruck. »Diese Faktoren zwingen uns zu einer Erhöhung der Preise, um steigende Rohstoff-, Energie- und Logistikkosten ausgleichen zu können.« > www.flintgrp.com

Punch Graphix Prepress Germany **RICHTFEST**

Der Anbieter von CtP-Systemen für UV-empfindliche Offsetdruckplatten erweiterte seine Produktionsfläche um 60% auf 6.880 m². »Der Anbau wurde dringend notwendig, um der wachsenden Nachfrage nach CtP-Systemen gerecht zu werden«, erklärte Geschäftsführer Dr. Horst Steppat. Das Baukonzept sieht eine zusätzliche Fläche von 2.580 m² für Produktion und Logistik vor. Rund 1,6 Mio. € investiert das Unternehmen in Bau und technische Ausstattung. Ben Van Assche, Vorstandsvorsitzender von Punch Graphix, bezeichnete den Bau als Meilenstein in der positiven Entwicklung des Unternehmens. > www.punchgraphix.com

Kooperation **BECK UND HIGHWATER**

Die Friedrich W. Beck KG und Highwater Designs Ltd. haben sich auf eine Partnerschaft bei der Vermarktung von CtP-Belichtern in Deutschland geeinigt. Danach soll der Vertrieb von Highwater-CtP-Systemen in Deutschland künftig von Beck aus Lübeck erfolgen. Das Unternehmen übernimmt das zentrale Marketing und steuert Support und Service. Ferner soll durch die Friedrich W. Beck KG ein deutschlandweites Händlernetz aufgebaut werden, das Betreuung und Beratung der Kunden sicherstellen soll. Die einzelnen Händler sollen selbstständig den Vertrieb der 2- und 4-Seiten-Belichter übernehmen und die Geräte installieren und betreuen. Sowohl der 2-Seiten-Belichter HighWater Cobra, als auch der 4-Seiten-Belichter Python werden als Komplettsysteme angeboten.

> www.beck-hl.de > www.highwater.co.uk

Vertriebsabkommen **BALDWIN MIT ROBATECH**

Baldwin hat sich die exklusiven weltweiten Rechte für Verkauf und Vermarktung der Webtack-Leimauftragssysteme von Robatech im Rollenoffsetmarkt gesichert. Dazu schloss Baldwin eine Partnerschaft mit der Robatech AG mit Hauptsitz in Muri, Schweiz. Robatech ist einer der größten Hersteller von Klebstoffauftragsgaräten und -systemen. Mit dieser Partnerschaft setzt Baldwin die Strategie einer gezielten Stärkung seiner Marktposition bei Zubehör und Peripheriesystemen für Druckmaschinen fort. Über bestehende Produktreihen hinaus werden Baldwin und Robatech in Zusammenarbeit neue Klebstoff- und Leimauftragstechnologien entwickeln. > www.baldwin.de > www.robatech.ch



Senioren erobern Online **VON WEGEN NUR DIE JUNGE GENERATION**

In Werbung und Marketing wird als für das Internet besonders affine Zielgruppe die so genannte »Millennium-Generation« beworben. Doch offensichtlich haben die Werber eine Generation komplett übersehen. Studien zufolge geben ältere, kaufkräftige Konsumenten ihr Geld in zunehmendem Maße über das Internet aus. Da ältere Konsumenten häufig über mehr Geld verfügen, erwarten Internetanalysten, dass sich immer mehr Online-Anbieter an diese Gruppe wenden werden. Zahlen zeigen, dass obwohl nur 40% der amerikanischen Bevölkerung 50 Jahre oder älter ist, diese Gruppe 75% des nationalen Vermögens besitzt und für 55% aller Konsumentenausgaben verantwortlich ist. Einer der Gründe, warum ältere Konsumenten bisher übersehen wurden ist, dass Unternehmen häufig auf das Segment der 18- bis 34-Jährigen fixiert sind. Dabei wird oft davon ausgegangen, dass sich Senioren noch immer fern vom Internet halten. Das Gegenteil ist jedoch wahr: Haben die älteren Kunden einmal die technologischen Barrieren überwunden, dann entpuppen sie sich häufig als die leidenschaftlichsten Benutzer. Bei dieser Gelegenheit die Frage: ab wann ist man wirklich alt? Wirklich erst ab 60? Lesen Sie dazu auch unseren Beitrag »Medien – wertbehaftete Güter«.



Zeitungen/Zeitschriften **KREATIVE STRATEGIEN MIT FREMDPRODUKTEN**

Der deutschsprachige Zeitschriften- und Zeitungsmarkt hat sich aufgrund kreativer Strategien wieder stabilisiert. Immer mehr Zeitungen setzen auf neue Einnahmequellen abseits des Anzeigenverkaufs. Zusatzgeschäfte wie Buch-, Comic- und Filmreihen oder Klassiker auf CD sind wohl verantwortlich dafür, dass die Verlage nach dem Einbruch des Anzeigenmarktes seit dem Jahr 2001 wieder schwarze Zahlen schreiben. Erfolgreiche Beispiele auf dem Gebiet sind die Buch- und Filmreihe der »Süddeutsche Zeitung« (SZ), die Comic- und Musikserie der »FAZ« oder das Lexikon der Wochenzeitung »Die Zeit«, der seinerseits längst auch im Buchgeschäft aktiv ist. Bei der »Zeit« soll der Anteil des Nebengeschäftes bereits 20% ausmachen. Die Cinemathek der SZ hat dem Süddeutschen Verlag bisher bereits über 26 Mio. € eingebracht. Die Gesamtedition ging rund 26.000 Mal über den Ladentisch und 1,7 Mio. Einzel-DVDs wurden verkauft. Auch von der Comicserie der FAZ wurden weit mehr als 60.000 Exemplare verkauft und das Lexikon der »Zeit« konnte allein unter den Abonnenten 110.000 mal abgesetzt werden. Insgesamt hat die »Zeit« mit ihrem Lexikon bisher rund 20 Mio. € verdient, wovon etwa ein Drittel als Gewinn übrig blieb. Die Zusatzgeschäfte zahlen sich vor allem für überregiona-

le Zeitungen aus, die ein weit reichendes Verbreitungsgebiet haben. Für regionale Blätter kommen Sammlungen und Sonderreihen als Einnahmequelle kaum in Frage. Sie müssen auf andere Strategien setzen. So hat zum Beispiel der Nordbayrische Kurier eine Rabattkarte eingeführt, die in Kooperation mit weiteren Zeitungen in ganz Deutschland gelten soll. Die Zukunft wird auch stark vom Onlinemarkt bestimmt sein, der vor allem die jungen Leser anspricht. Viele Zeitungen bauen ihre Online-Redaktionen aus und versuchen, die Leser über das Internet zu binden. Dabei präsentieren sich die Verlage durchwegs kreativ. Dennoch wird auch künftig der Anzeigenverkauf die wichtigste Einnahmequelle bleiben. Das Geschäft mit den Sonderreihen und Sammlungen hat jedenfalls ein Ablaufdatum und kann nicht ewig erfolgreich sein. Wenn die Möglichkeiten für Filmreihen, Bibliotheken und Lexika erschöpft sind, werden sich die Verlage erneut überlegen müssen, wie sie schwarze Zahlen schreiben. Das alles kann jedoch nur unter der Suche nach dem »Zusatznutzen« für den Leser gewertet werden. Und da haben sich vor allem FAZ und Zeit vorwerfen zu lassen, dass sie in »guten Zeiten« ihre legendären Magazine (FAZ-Magazin, Zeit-Magazin) dem Profit opferten und Löcher stopften, die unausgereifte oder all zu ehrgeizige Pläne gerissen hatten. nico