

Neue Eigentümer bei Kama **NACHFOLGE GEREGLT**

Der Wachstumsfonds Mittelstand Sachsen und die zur Sächsischen Aufbaubank gehörende Sächsische Beteiligungsgesellschaft übernehmen maßgebliche Anteile an der Kama GmbH. Der Dresdner Stanzautomatenhersteller regelt so die Nachfolge für zwei aus Altersgründen ausscheidende Gründungsgesellschafter und stellt die finanzielle Zukunft des Unternehmens auf stabile Beine. Marcus Tralau, dritter Gründungsgesellschafter und Geschäftsführer, behält seine Anteile am Unternehmen und wird das operative Geschäft leiten. Die 122 Mitarbeiter der Stanzmaschinenherstellers erwirtschafteten 10,8 Mio. € im Geschäftsjahr 2005/06. Für dieses Jahr wird eine zweistellige Umsatzsteigerung erwartet.

➤ www.polygraph-kama.de

Unisys Mediensparte **VERKAUF AN ATEX**

Unisys, Anbieter von IT-Dienstleistungen und -Lösungen, hat den Geschäftsbereich Unisys Media an die AteX Group Ltd. in Großbritannien verkauft. AteX ist ein Anbieter von Softwarelösungen und Services für die Verlags- und Medienindustrie. Der Verkauf ist Teil des bereits angekündigten Plans von Unisys, sich von den Bereichen zu trennen, die nicht Teil der Kernstrategie sind. Unisys geht davon aus, dass der Verkauf unter Berücksichtigung der länderspezifischen rechtlichen Anforderungen in Europa und nach Beratung mit den Arbeitnehmervertretungen im ersten Quartal 2007 abgeschlossen sein wird. Der Kaufpreis wurde nicht bekannt gegeben. ➤ www.unisys.de

Druckfarben **PREISERHÖHUNGEN BEI HUBERGROUP**

Wie die Hubergroup mittelt, ist eine deutliche Preisanpassung in Europa für Druckfarben, Drucklacke und Druckhilfsmittel unumgänglich. Die Weltmärkte für die zur Produktion von Druckfarben erforderlichen Rohstoffe stünden bereits seit geraumer Zeit unter dem Vorzeichen ständig steigender Preise und seien außerdem einer Verknappung der Ressourcen ausgesetzt. Trotz stagnierender oder temporär sogar rückläufiger Rohölpreise sei insgesamt eine deutliche Erhöhung der Kosten zu verzeichnen. Verantwortlich dafür seien wesentliche Preissteigerungen bei Energie, Rohstoffen wie Harze, raffinierten Ölen sowie eine angespannte Preissituation im Logistikbereich. ➤ www.hubergroup.com

Arquana **STRATEGISCHER AUSBAU PLANMÄSSIG**

Die Druckholding Arquana International Print & Media AG hat zum Ende des 3. Quartals einen Umsatz in Höhe von 98,4 Mio. € erzielt. Arquana erwirtschaftete in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres ein Konzernergebnis von 4,9 Mio. €. Arquana ist eine Druckholding, die sich auf die Bereiche Rollenoffset- und Verpackungsdruck spezialisiert hat und die Marktkonsolidierung in Europa forciert. Arquana strebt mit derzeit rund 950 Mitarbeitern einen Jahresumsatz von über Euro 220 Mio. an.

alfa Media Partner **IN NEUEN RÄUMLICHKEITEN**

Die alfa Media Partner GmbH hat ihren Firmensitz von Seligenstadt in das etwa 18 km entfernte Rödermark verlegt und bezieht dort ein eigenes Gebäude. Das Unternehmen ist unter der Adresse Carl-Zeiss-Str. 27, 63322 Rödermark, erreichbar (Tel. 06074-3104-0). ➤ www.alfa.de



Heidelberg **POSITIVE HALBJAHRES-ZAHLEN**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG hat in den ersten sechs Monaten des Geschäftsjahrs 2006/2007 (1. 4. – 30. 9.) bei Umsatz und Ertrag zugelegt. Der Umsatz der Heidelberg Gruppe lag im ersten Halbjahr mit 1,628 Mrd. € rund 6% über dem Vorjahreswert, die Auftragseingänge stiegen im Berichtszeitraum um 13% auf Mrd. €. Heidelberg erzielte ein Ergebnis von 118 Mrd. €. Darin enthalten ist ein Ergebnis aus der Veräußerung der Linotype-Beteiligung. Zum 30. September 2006 beschäftigte die Heidelberg Gruppe weltweit 19.093 Mitarbeiter. Im ersten Halbjahr kamen rund 300 Mitarbeiter neu zu Heidelberg. In der Sparte Offsetdruck stieg der Umsatz in den ersten Monaten auf 1,423 Mrd. € (Vorjahr: 1,330 Mrd. €). Bei Postpress lag der Halbjahresumsatz bei 186 Mio. € (Vorjahr: 174 Mio. €).

In den Regionen Europa, Mittlerer Osten, Afrika, Nord- und Lateinamerika lagen die Umsätze im ersten Halbjahr über den Vergleichszahlen aus dem Vorjahr. In der Region Asia/Pacific konnte das hohe Vorjahresniveau nahezu gehalten werden. Für das Geschäftsjahr 2006/2007 geht das Unternehmen von einem Umsatzwachstum von rund 5% gegenüber dem Geschäftsjahr 2005/2006 aus.

➤ www.heidelberg.com



KBA **GEWINNSPRUNG UND MEHR UMSATZ**

Mit dem höchsten in einem Quartal erzielten Auftragseingang von 527,3 Mio. € konnte Koenig & Bauer den noch im Halbjahres-Bericht ausgewiesenen Rückstand beim Bestellvolumen fast vollständig aufholen. Nach neun Monaten lag der Auftragseingang mit rund 1,25 Mrd. € nur noch um 4,8% unter dem Vorjahreswert. Der Umsatz übertraf nach neun Monaten mit 1,2 Mrd. € das Vorjahr um 8,9%. Bei einem Betriebsergebnis von 30,1 Mio. € war das Ergebnis vor Steuern gut drei Mal so hoch wie im Vorjahr. Nach Steuern erreichte das Konzernergebnis mit 22,4 Mio. € sogar mehr als das Fünffache des Vorjahreswerts.

Nach dem eher unterdurchschnittlichen ersten Halbjahr hat sich der Auftragseingang im Segment Bogenoffsetmaschinen mit 299,7 Mio. € im dritten Quartal positiv entwickelt und in den ersten neun Monaten mit 664,4 Mio. € den guten Vorjahreswert sogar leicht überschritten. Der Auftragsbestand von 413 Mio. € gewährleistet die Auslastung des Werkes Radebeul bis ins Frühjahr nächsten Jahres. Bei den Rollen- und Sondermaschinen blieb der Auftragseingang im Neunmonatsvergleich mit 582,2 Mio. € um 10,2% unter dem Vorjahreswert. Dagegen wuchs in den ersten drei Quartalen der Segmentumsatz mit 17,7% überproportional auf 642,5 Mio. €. ➤ www.kba-print.de



Digitalkameras **2 MRD. EURO UMSATZ AM DEUTSCHEN MARKT**

Deutschland stellt mit 7,1 Mio. verkauften Digitalkameras bis Ende 2006 den größten Markt unter den westeuropäischen Ländern dar. Der Umsatz soll 2006 bei knapp 2 Mrd. € liegen und damit auf Vorjahresniveau bleiben. Dem gesamten westeuropäischen Markt prognostiziert der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) ein leichtes Wachstum von 27,9 Mio. verkauften Digitalkameras im Vorjahr auf 28 Mio. Stück bis Ende 2006. Preissenkungen würden vor allem beim Absatz von digitalen Spiegelreflexkameras ins Gewicht fallen und diesem Segment Zuwächse garantieren.

Jeder zweite Deutsche nutzt mittlerweile eine Digitalkamera, wobei Jugendliche im Alter von 15 bis 17 Jahren besonders großes Interesse zeigen. Diese Zielgruppe nutze gleichzeitig Online-Plattformen um Fotos auch ihren Freunden zugänglich zu machen, so die BITKOM-Ergebnisse. Mobiltelefone mit eingebauter Kamera werden von 24% der Deutschen benutzt, um Fotos aufzunehmen. Jedes zweite verkaufte Handy ist bereits mit einer Kamerafunktion ausgerüstet. Auch die Bildqualität der Handyfotos nimmt zu.

➤ www.bitkom.org



Müller Martini VBF ERWEITERUNGSBAU IN BETRIEB GENOMMEN

Am 10. November 2006 eröffneten Rudolf Müller, Vorsitzender der Konzernleitung der Müller Martini-Gruppe, und Hanspeter Pfister, Geschäftsführer der VBF Buchtechnologie GmbH, den Erweiterungsbau der Montagehalle in Bad Mergentheim. Dieser war auf Grund der überaus positiven Entwicklung des Geschäftsbereichs Hardcover notwendig geworden. Beim Bezug der neuen Produktionsstätten von Müller Martini/VBF im Jahr 2001 ging man davon aus, dass der Neubau im Bad Mergentheimer Gewerbegebiet langfristig genügend Kapazität bietet. Innerhalb weniger Monate ist deshalb die neue Montagehalle erstellt worden.
 > www.mullermartini.com

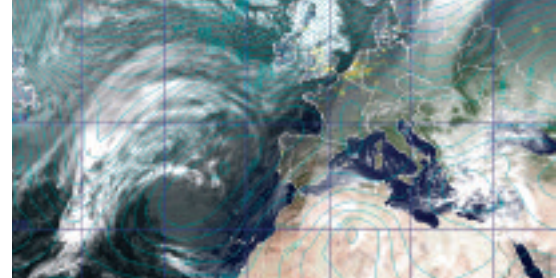


Heidelberg und KBA KONZEPT FÜR HYBRID- ANWENDUNGEN

KBA und die Heidelberg haben ein gemeinsames Konzept zur Standardisierung von UV- und Hybrid-Anwendungen vorgestellt. Es soll den UV- und Hybriddruckern mehr Sicherheit und Vorhersehbarkeit bei den Verbrauchsmaterialien bieten. Die Absichtserklärung sieht die Ausarbeitung, Festlegung und Einführung allgemeingültiger öffentlicher Standards durch Zertifizierung von UV- und Hybridfarben, Hilfs- und Betriebsmitteln, Abdruckformen und Abdrucknormen für UV- und Hybridfarben vor. Jürgen Veil, Bereichsleiter Marketing Bogenoffset bei KBA, und Jens Arne Knöbl, Leiter Produktmanagement Applikationen bei Heidelberg, haben diese UV-Initiative während der

vergangenen Monate erarbeitet. Die Maschinenhersteller sehen ihre gemeinsame Verantwortung gegenüber den UV- und Hybrid-Anwendern darin, die immer aufwändigeren Veredelungsvarianten mit ihrer kaum noch überschaubaren Vielfalt angebotener Verbrauchsmaterialien transparenter zu machen. Veil und Knöbl appellierten an die Zulieferindustrie, bei dieser Initiative mitzuwirken und sich bei der Fogra anzumelden. Die Fogra führt im Auftrag der beiden Druckmaschinenhersteller die Prüfungen durch. Als weiterer Schritt sollen die Zertifizierungen auf Papier, Karton, nicht saugende Bedruckstoffe und UV-Lacke ausgedehnt werden.

- > www.heidelberg.com
- > www.kba-print.de



Klimaneutral Drucken EIN AKTIVER BEITRAG ZUM KLIMASCHUTZ

Ganz gleich, welche Zahlen man zurate zieht – es wird immer mehr gedruckt. Damit nehmen auch die bei der Herstellung von Drucksachen anfallenden CO₂-Emissionen zu. Mit dem neuen Geschäftsmodell »Klimaneutral Drucken« bietet ClimatePartner jetzt Druckereien die Möglichkeit, diese Emissionen auszugleichen und den freiwilligen Klimaschutz in die eigenen Geschäftsprozesse zu integrieren. Die bei der Entstehung einer Drucksache anfallenden CO₂-Emissionen – sei es für die Herstellung des Papiers oder der Farbe sowie für den Druckprozess selbst – werden dabei ermittelt und anschließend durch den Kauf von Emissionsminderungszertifikaten ausge-

glichen. »Wir unterstützen mit dem Konzept Klimaneutral Drucken Druckereien im gesamten Prozess von der Potenzialanalyse bis zur Vermarktung und helfen, das Thema aufmerksamkeitsstark zu kommunizieren,« so Tobias Heimpe, Geschäftsführer der Climate Partner GmbH, die sich auf die Entwicklung von Modellen im freiwilligen Klimaschutz spezialisiert hat. »Gerade für engagierte Kunde haben die Druckereien damit ein attraktives Angebot.« Die ersten Unternehmen, die das Modell übernommen haben sind Schöler Druck & Medien, Immenstadt, Braun Digitaldruck, Ulm, und die Schweizer Druckerei Feldegg, Zolikerberg. (Wir werden noch detailliert berichten.)



FIX YOUR PRINT

Sie haben eine Druckmaschine, die schnell, zuverlässig und wirtschaftlich arbeitet? Dann achten Sie darauf, dass das Ende der Produktionskette dieselbe Leistung bringt: Bestäuber und Trockner (Infrarot, IR-Heißluft oder UV) von GRAFIX. Denn nur so kann eine Druckmaschine volle Leistung bringen – ohne Turbulenzen. Fix your Print – mit GRAFIX!
 Mehr Infos unter www.grafix-online.de





Ziegler Papier AG PREISERHÖHUNG

Die Zellstoffindustrie beklagt höhere Holzpreise, Energie- und Logistikkosten, aber auch eine Verknappung bestimmter Holzsorten. Mengen- und kostenmäßig ist Zellulose der wichtigste Rohstoff für alle Papierqualitäten der Ziegler Papier AG, Grellingen. Nach wie vor steigen die Zellstoff-, Öl-, Gas- und Stromkosten, die sich auf die wirtschaftliche Papierfabrikation nachteilig auswirken. Der Kostendruck der energienahen Dienstleistungen wie Logistik und Transport schlägt hier ebenfalls durch. Daher sieht sich Ziegler Papier gezwungen, auf alle Papierqualitäten einen Preisaufschlag von 40 € pro Tonne zu erheben. Dies trotz der moderaten Preisanpassung vom Mai 2006, die von einer zu erwartenden Preisstabilisierung im Energie- und Zellstoffbereich ausging. Die gegenwärtigen instabilen Marktbedingungen erlauben keine Prognosen über die Entwicklung der Energiepreise, so dass eine erneute Anpassung im ersten Quartal des kommenden Jahres nicht auszuschließen ist. www.zieglerpapier.com

Baldwin JETZT AUF DEUTSCH IM INTERNET

Nach einer mehrmonatigen Übersetzungs- und Bearbeitungsphase wurde nun die neue deutschsprachige Version der Baldwin-Website freigeschaltet. Unter der Adresse www.baldwintech.com kommt der Besucher über die Sprachauswahl zur deutschen Ausgabe. Neben der Vorstellung des Unternehmens und seiner Standorte sind laufend aktualisierte Nachrichten auf Deutsch zu finden. Die Inhalte der bisherigen Internetpräsenz www.baldwin.de wurden vom Netz genommen; die Adresse leitet vorübergehend zur neuen Website weiter. www.baldwintech.com

Deutsche Papier PREISANPASSUNG FÜR BÜROPAPIERE

Führende Papierhersteller haben Preiserhöhungen für Büropapier angekündigt. Als Gründe werden gestiegene Rohstoff-, Energie- und Logistikkosten genannt. Ferner verweisen die Fabriken auf hohe Produktionsauslastung und eine gute Nachfragesituation, sowie den Wegfall von Kapazitäten durch Werksschließungen. Diese Mehrkosten in Höhe von etwa 8% ab dem 1. Januar 2007 betreffen auch die Deutsche Papier und ihre Kunden. Daher müssen die Preise entsprechend angepasst werden.

www.deutsche-papier.de

Adobe erwägt BESCHWERDE GEGEN MICROSOFT

Der Softwarehersteller Adobe erwägt nach Angaben der Wirtschaftspresse eine Beschwerde bei der EU-Kommission gegen Microsoft, weil der Marktführer in das neue Betriebssystem Vista und die neue Version von Office eine Software zur Erzeugung von PDF-ähnlichen Dokumenten integrieren will. Adobe befürchtet, dass das Microsoft-Konkurrenz-Produkt XPS das eigene Kerngeschäft belastet. Adobe macht rund ein Viertel seines Umsatzes mit Produkten rund um Acrobat und PDF.

hubergroup PREISERHÖHUNG FÜR FARBEN UND LACKE

Die Weltmärkte für die zur Produktion von Druckfarben erforderlichen Rohstoffe stehen seit geraumer Zeit unter dem Vorzeichen steigender Preise und werden außerdem durch eine wachsende Verknappung der Ressourcen beeinflusst. Trotz stagnierender oder temporär rückläufiger Rohölpreise ist eine Erhöhung der Kosten zu verzeichnen. Preissteigerungen für Energie, Rohstoffe wie Harze, Öle und im gesamten Logistikbereich, zwingen die hubergroup nach eigenen Aussagen zu einer deutlichen Preisanpassung für Druckfarben, Drucklacke und Druckhilfsmittel. www.hmh.de

Kunden informieren, Leistungen präsentieren: Heidelberg Open Houses

Hohe Investitionsbereitschaft prägt die Herbst-Veranstaltungen 2006: Nahezu 7.000 Besucher



Unter dem Motto »Heidelberg verbindet. Erfolg mit einem starken Partner« veranstaltete die Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD) im Herbst 2006 ihre Open Houses.

Nahezu 7.000 Besucher nahmen das Angebot an, das gesamte Lösungsspektrum der Heidelberger Druckmaschinen AG an den Vertriebsstandorten Düsseldorf, Hamburg, Hannover, Heidelberg und München näher kennen zu lernen. Am neuen Vertriebsstandort der Region Ost wird vom 24. bis 26. März 2007 eine weitere Open-House-Veranstaltung stattfinden.

Positive Marktentwicklung

»Die Open Houses verzeichneten ein im Vergleich zum Vorjahr erneut gestiegenes Kundeninteresse«, freut sich Werner Albrecht, Vorsitzender der Geschäftsführung der HDD. »Die aktuelle, positive Marktentwicklung spiegelt sich in

unseren Umsätzen wider. Während in den letzten Jahren die Branche mit einer Vielzahl von Insolvenzen zu kämpfen hatte, gab es 2006 erstmals wieder mehr Neugründungen von Unternehmen in der Branche als Schließungen«, erläuterte Werner Albrecht



weiter. Zudem haben sich nach seinen Worten die Lohnstückkosten weiter verbessert und die Arbeitsproduktivität nahm im vierten Jahr in Folge zu. Außerdem seien in den Unternehmen der Branche derzeit zahlreiche Stellen unbesetzt. Für die gesamte Branche in Deutschland geht Albrecht von einem Investitionsvolumen von rund 850 Mio. € in diesem Jahr aus.

Das komplette Angebot zum Anfassen

Im Rahmen von moderierten Live-Vorführungen und Fachvorträgen bot Heidelberg in attraktiver Form Informationen zu verschiedenen Themen: Der

Heidelberg Workflow Prinect wurde anhand konkreter Druckaufträge ebenso präsentiert wie das Inlinefarbmess- und -regelsystem Prinect Inpress Control (erstmalig in Verbindung mit einer Speedmaster XL 105) sowie umfangreiche Lösungen für die Weiterverarbeitung.

Auf großes Interesse stieß auch eine Speedmaster SM 54-4 mit der neuen Anicolor-Technologie – zu sehen in Hannover. Ebenfalls präsentierte die HDD ihr umfangreiches Angebot rund um den Systemservice.

Über die Heidelberg Experten hinaus standen in Düsseldorf dieses Jahr auch Kunden für Gespräche bereit, die für die Umsetzung betriebswirtschaftlich besonders erfolgreicher Workflow-Konzepte bei den diesjährigen CIPPI Awards ausgezeichnet wurden.

www.heidelberg.com



Abbildung: Agfa

Druckunternehmer SKEPTISCHER BLICK IN DIE ZUKUNFT

Während Heidelberg ein positives Bild der Branche zeichnet, sieht der Bundesverband Druck und Medien bvdm keine Branchenverbesserung. Entgegen dem allgemeinen Trend blickten die Unternehmen der Druckindustrie eher skeptisch in die nahe Zukunft, so eine Verlautbarung des Verbandes. Laut Ifo-Konjunkturumfrage für November habe sich die Geschäftslage in der Druckindustrie wieder verschlechtert. Auch der konjunkturellen Entwicklung blickten die Unternehmen skeptischer als in den Vormonaten entgegen. Die Produktionstätigkeit werde in den nächsten drei Monaten leicht sinken. Jeder fünfte Befragte erwarte negative konjunkturelle Einflüsse, die auch auf die geplante Mehrwertsteuererhöhung für 2007 zurückzuführen seien.

Die Preise für Druckleistungen würden weiter sinken und die Ertragslage der Unternehmen negativ beeinflussen. »Im kommenden Jahr ist für unsere Branche weiterhin Kostensenkung angesagt«, so Thomas



Mayer, Hauptgeschäftsführer des bvdm. Besonders im Rollenoffset- und Tiefdruckbereich herrsche in der Branche ein harter internationaler Wettbewerb, der von Überkapazitäten und niedrigen Margen gekennzeichnet sei. Auf Kundenseite der Druckindustrie spiele der Handel, insbesondere der Versandhandel, eine wichtige Rolle. Da hier eine starke Konsolidierung stattfindet und der klassische Katalog eine immer stärkere Konkurrenz durch das Internet erfahre, profitiere die Druckindustrie nicht wie andere Branchen von dem allgemeinen Konjunkturaufschwung.

➤ www.bvdm-online.de

Zeitungsmarkt WERBEERLÖSE LEGEN KONTINUIERLICH ZU

Die Werbeeinnahmen der Zeitungen im deutschsprachigen Raum legen kontinuierlich zu. Gleichzeitig verschleiert diese Entwicklung das Problem im Printbereich: Die Reichweiten und Auflagen der Zeitungen nehmen permanent ab. Nach einer Untersuchung von Prognos mediareports wird der Zeitungswerbemarkt bis zum Jahr 2010 in Deutschland und der Schweiz um je 13% zulegen und in Österreich erstmals die Milliardengrenze überschreiten. Parallel dazu soll die Zahl der verkauften Zeitungen in Deutschland im Jahr 2010 auf weniger als 20 Mio. Stück pro Tag sinken. In der deutschsprachigen Schweiz werde die verkaufte Auflage auf 1,76 Mio. zurückgehen. Nur in Österreich entwickle sich der Markt aufgrund einer neu eingeführten Tageszeitung vorerst gegensätzlich. (pte)

➤ www.mediareports.de

Medienbranche SCHÖNFÄRBEREI ODER ROSIGE ZUKUNFT?

In der Medienbranche rechnet man mit einer rosigen Zukunft. Langfristig glaubt die Mehrheit der Medienvertreter an kontinuierliches und signifikantes Marktwachstum. Wie eine Studie von Horvath und Partners zeigt, gehen 60% der Medienmanager für die kommenden drei Jahre von einem starken Zuwachs aus. Für die Jahre 2010 bis 2012 erwarten sogar 72% eine kräftige Steigerung. Das größte Wachstumspotenzial wird der Internetbranche vorausgesagt, aber auch TV-Vertreter blicken optimistisch in die Zukunft. Etwas verhalten zeigen sich die Radios und bei Zeitschriften und Zeitungen gehen die Führungskräfte von einer Stagnation des Marktes aus. Doch auch bei Zeitschriften werden die eigenen Aussichten höher bewertet als der allgemeine Markt.

Dennoch steht den Medien in den kommenden Jahren ein weiterer tief greifender Strukturwandel bevor. Dass sich viele Unternehmen selbst bessere Prognosen ausstellen als dem Markt, lässt sich möglicherweise damit erklären, dass einige Unternehmen die anstehenden Veränderungen noch nicht erkannt haben. Besonders wichtig wird es künftig sein, sich neuen Geschäfts- und Erlösmodellen, der Optimierung der Vertriebskanäle sowie einem zielgruppenorientierten Produkt- und Leistungsportfolio zuzuwenden.

➤ www.horvath-partners.com

Alle wichtigen
Termine und Events
in chronologischer
Reihenfolge:

www.druckmarkt.com



Baum-Falzmaschinen von binderhaus.

- Automatisierung mit Baum-ifold und Baum-AutoSet
- Für Altarfalz, Mailings, Broschüren und Signaturen
- Kleinauflagen bis 35 x 50 cm mit Sauganleger
- Großauflagen bis 78 x 128 cm mit Rundstapelanleger

Binderhaus GmbH & Co. KG
Fabrikstrasse 17 · 70794 Filzderstadt · Tel. 0711 - 35845 - 45 · Fax 0711 - 35845 - 46
Email info@binderhaus.com · www.binderhaus.com



binderhaus