

Fusion X-RITE ÜBERNIMMT PANTONE

X-Rite, Inc. US-Hersteller von Farbmess-, Farbmisch- und Simulations-Software für das Color Management will das ebenfalls US-Amerikanische Unternehmen Pantone, Inc. für 180 Mio. US-Dollar übernehmen. Wie X-Rite in einer Presseinformation meldete, haben sich die beiden Unternehmen kürzlich auf die Transaktion geeinigt. Der Übernahmevertrag soll im Herbst dieses Jahres in Kraft treten. Beide Unternehmen versprechen sich wechselseitige Nutzeffekte und Synergien aus der Übernahme. X-Rite will sein Produkt-Portfolio vertiefen und die globale Präsenz verbreitern, während Pantone seine Lösungen in weitere Vertriebskanäle einbringen will. www.xrite.com

Arquana KONZENTRATION

Die Druckholding Arquana International Print & Media AG (Neumünster) will sich von ihrer französischen Tochterfirma Evry Rotatives (Paris) trennen. Der entsprechende Prozess sei eingeleitet, heißt es in einer Mitteilung des Unternehmens. Im Rahmen der Umsetzung eines neuen Standortkonzepts, das eine Konzentration der Präsenzen auf den deutschsprachigen Raum vorsieht, soll Evry Rotatives verkauft oder in eine neue Partnerschaft eingebracht werden. Evry Rotatives befindet sich laut Arquana in einer wirtschaftlich schwierigen Situation und habe Gläubigerschutz nach französischem Recht eingeleitet. Dieses Verfahren schütze »die nicht zahlungsfähige Gesellschaft in dieser sensiblen Transitionsphase vor Maßnahmen von Gläubigern«. Unter der Führung des neuen Hauptaktionärs Printec Investments Ltd., Birmingham (im August hatte Printec 29,9% der Anteile an Arquana übernommen) verfolgt Arquana nach eigenen Angaben ein neues Standortkonzept, dass die Konzentration der Druckbeteiligungen auf den deutschsprachigen Raum vorsieht. Man wolle auf Grundlage dieses Konzepts die Konsolidierung des Rollenoffset-Markts »unvermindert fortsetzen«. www.arquana.com

Edelmann Gruppe ARTUR THEIS GMBH ÜBERNOMMEN

Die Edelmann Gruppe hat den in eine Krise geratenen Faltschachtel-Hersteller Artur Theis GmbH & Co KG übernommen. Das Angebot von Theis zur Übernahme aller Anteile durch die Carl Edelmann GmbH & Co KG wurde bereits im Juni unterzeichnet. Damit ist die Lieferfähigkeit von Theis sichergestellt. Über den Kaufpreis wurde Stillschweigen vereinbart. Die Edelmann Gruppe erwirtschaftete 2006 einen Umsatz von 158 Mio. Euro und beschäftigt rund 1.100 Mitarbeiter. Die Artur Theis GmbH & Co KG konnte zuletzt mit rund 200 Mitarbeitern einen Umsatz von knapp 20 Millionen Euro erzielen. Zum Kundenstamm des Unternehmens mit Stammsitz in Wuppertal gehören ausschließlich Firmen der pharmazeutischen Industrie. www.edelmann.de

Agfa Graphics PRODUKTION AUSGEZEICHNET

Agfa Graphics hat in einem nationalen Wettbewerb des Institute of Mechanical Engineers in Großbritannien den ersten Preis gewonnen. Ausgezeichnet wurde das Druckplattenwerk in Leeds. Hier werden Aluminiumdruckplatten in einem neuen Produktionsverfahren hergestellt, das die Menge der Säureabfälle verringert und leichter lösliche Abfälle erzeugt. www.agfa.com



Effektpigmente ALTANA ERWIRBT WOLSTENHOLME GROUP

Nach Zustimmung der deutschen und britischen Kartellbehörden hat die Altana AG nunmehr die Übernahme des Effektpigmentgeschäftes der britischen Wolstenholme Group Ltd. vollzogen. Der Vertrag über den Erwerb dieses Geschäfts wurde im Juni 2007 unterzeichnet, der Kaufpreis betrug 24 Mio. €. Im Rahmen der Transaktion übernimmt Altana das Geschäft mit Bronze- und Aluminiumpigmenten sowie darauf basierende Druckfarben für die grafische Industrie, die Lack- und Kunststoffindustrie. Wolstenholme erzielte 2006 mit diesem Geschäftsfeld einen Umsatz von rund 29 Mio. €. Es wird in den Altana-Geschäftsbereich Eckart Effect Pigments eingegliedert, der 2006 einen Umsatz von 339 Mio. € erzielte. Die Produktionsstätten und Mitarbeiter von Wolstenholme in Großbritannien und den USA werden nicht übernommen; stattdessen wird Eckart die Produktionskapazitäten im Stammwerk im fränkischen Günthersthal mit einem Investitionsvolumen von mittelfristig 10 Mio. € ausbauen. www.altana.com



Gestärktes Produktportfolio GRAFIX ÜBERNIMMT CONTEMP

Grafix hat den Feuchtmittelaufbereitungs- und Kühlspezialisten ConTemp aus der Insolvenz übernommen. Durch die Firmenübernahme erweitert sich das bisherige Grafix-Angebot, das von Trocknungssystemen einschließlich der Kühltchnik bis zu Bestäubungssystemen inklusive der Puderabsaugung reicht. Die ehemalige ConTemp Druckereitechnik GmbH wird als neu gegründetes Grafix-Tochterunternehmen als Grafix Con-Temp GmbH geführt. Mit der Übernahme rundet Grafix das Produktportfolio ab. Die Peripherietechnik hinsichtlich Feuchtmittelaufbereitung und Farbtrocknung kann nun aus einer Hand bezogen werden. »Für unsere Kunden bedeutet das, nur einen spezialisierten Ansprechpartner für Beratung und Service hinzuziehen zu müssen«, erläutert Grafix-Geschäftsführer Hans-Georg Platsch (im Bild oben neben Michael Bistram, Geschäftsführer der neu gegründeten Grafix ConTemp GmbH). »Zusätzlich werden wir nun auch synergetische Lösungen anbieten für Trocknerkühlung und Farbwerkstemperierung, was sich positiv auf die Energieeffizienz der Anlagen auswirken wird.« ConTemp war seit mehreren Jahren Serienlieferant für alkoholminimierte Feuchtmittelaufbereitungssysteme einschließlich Feuchtmittelfiltrationsanlagen sowie für Farbwerkstemperierungssysteme. www.grafix-online.de



Bücherdruck STARKES WACHSTUM ERWARTET

Stagnation beherrschte den Bücherdruckmarkt noch zu Beginn des Jahrtausends. Damit soll jetzt Schluss sein: Die Pira International Ltd. sagt nach einer Information von MAN Roland ein weltweites Wachstum von rund 30% bis 2010 voraus. Während der Markt in den letzten fünf Jahren noch moderat wuchs, sieht Pira bis zum Jahr 2010 erheblichen Nachholbedarf vor allem wegen des in den Schwellenländern rasant wachsenden Bildungsniveaus. Spitzenreiter sei Asien mit einem prognostizierten Wachstum von 56,5% vor Osteuropa mit 46,1%. Gemäßiger falle der Anstieg in der industrialisierten Welt aus. Doch selbst für Westeuropa werde ein Plus von 8,9% gegenüber 2,3% in den vergangenen Jahren erwartet. Aufbruchstimmung signalisieren auch die aktuellen Zahlen des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, der für das erste Halbjahr 4,5% mehr als 2006 nennt. Eine weitere Änderung: Der Internetbuchhandel versorgt die Verleger mit präzisen Nachfragedaten, was die Verkaufsmengen vorhersagbarer macht und Lagerware und Remittenden reduziert. Geringere Teilaufgaben sind die Folge, aber auch ein Abwandern von Kleinauflagen in den Digitaldruck sowie der vermehrte Verlag von Spezialtiteln bis hin zum Print-on-Demand. www.piranet.com
www.man-roland.de



Koenig & Bauer verkauft seinen Rollentiefdruckbereich an Cerutti

Fortschreitende Marktkonsolidierung macht Neuausrichtung der Kapazitäten notwendig

Die Koenig & Bauer AG (KBA) und die italienische Cerutti S.p.A. haben vereinbart, dass Cerutti von das KBA-Segment Rollentiefdruckmaschinen für den Publikations- und Dekordruck inklusive aller geistigen Eigentumsrechte (Know-how, Patente, Konstruktionsunterlagen) übernimmt.

Im Gegenzug wird KBA die Konstruktion und Herstellung von Falzapparaten für alle neuen Cerutti-Tiefdruckrotationen übernehmen. Auch der After-Sales-Service für alle bisher verkauften KBA-Tiefdruckrotationen soll weiterhin von Koenig & Bauer ausgeführt werden. Über die Kaufsumme wurde Stillschweigen vereinbart. Von dem Übereinkommen erwarten sich beide Unternehmen nach eigenen Angaben

eine Verbesserung der Entwicklungs- und Herstellungsprozesse mit entsprechenden Synergieeffekten.

Claus Bolza-Schünemann, stv. KBA-Vorstandsvorsitzender: »Angesichts der auf Anwenderseite bereits weit fortgeschrittenen Konsolidierung und vor dem Hintergrund der aktuellen Marktentwicklung ist diese Vereinbarung im Interesse beider Unternehmen und auch der Tiefdruckhäuser in aller Welt.« Tiefdrucker stehen aufgrund der Entwicklung bei anderen Druckverfahren und den elektronischen Medien unter starkem Wettbewerbsdruck.

Der KBA-Aufsichtsrat hat der Vereinbarung bereits zugestimmt. Der Verkauf des seit einiger Zeit von einer schwachen Nachfrage geprägten Tiefdruck-Geschäfts wird am Standort Frankenthal zu einer

entsprechenden Personalanpassung führen. Darüber hinaus ist, wie vom KBA-Vorstandsvorsitzenden Albrecht Bolza-Schünemann bereits angekündigt, angesichts der anhaltenden Investitionszurückhaltung der Zeitungsindustrie auch an den Standorten für Zeitungsdruckmaschinen eine Neuausrichtung der Kapazitäten erforderlich. Die vom Vorstand ausgearbeiteten Szenarien zur Kapazitätsanpassung und Ertragssicherung sollen zunächst mit den Arbeitgebermengen diskutiert werden, bevor Zahlen veröffentlicht werden. An seiner Prognose, die für das Geschäftsjahr 2007 trotz des Nachfragerückgangs im Anlagenbau einen Konzernumsatz und ein Vorsteuerergebnis in Vorjahreshöhe beinhaltet, hält der KBA-Vorstand aktuell weiter fest.

➤ www.kba-print.de



Heidelberg NEUE HALLE 11 FÜR GROSSE MASCHINEN

Gemeinsam mit dem Ministerpräsidenten des Landes Baden-Württemberg, Günther H. Oettinger, und etwa 600 geladenen Gästen weihte die Heidelberger Druckmaschinen AG die neue Montagehalle 11 am Standort Wiesloch-Walldorf ein. In der mit einer Größe von 35.000 m² gebauten Halle (das entspricht fast fünf Fußballfeldern) will Heidelberg die neue großformatige Druckmaschinenengeneration, die Speedmaster XL 145 und 162 montieren.

Der Bau der Halle 11 wurde in etwa 14 Monaten realisiert. Der Montagestart in der neuen Halle ist für Ende September vorgesehen. Mit den dort gebauten neuen großformatigen Druckmaschinen will Heidelberg sein Produktportfolio

nach oben ergänzen. Die neuen Maschinen werden ein doppelt so großes Papierformat wie die bisherigen Druckmaschinen von Heidelberg bedrucken und können bis zu 40 DIN A4-Seiten auf Vorder- und Rückseite eines einzigen Bogens produzieren. Heidelberg will die neuen Formatklassen zur drupa 2008 offiziell vorstellen.

Die gesamte Halle ist wie eine Druckmaschine gestaltet – mit Papieranleger, Druckwerken und Papierausleger. Die neue Halle 11 kann als eine Art »Jubiläumsgeschenk« für den Standort gelten: Gleichzeitig mit der Eröffnung der neuen Montagehalle beging das Unternehmen auch die Feierlichkeiten zum 50-jährigen Bestehen des Standortes Wiesloch-Walldorf.

➤ www.heidelberg.com

Jede Herausforderung innovativ und einfach meistern. Für die notwendige Flexibilität.



Der Markt entwickelt sich rasant und erfordert ein Höchstmass an Flexibilität. Gut organisiert stellen Sie diese sicher. Branchensoftware von Printplus unterstützt Sie dabei optimal. Denn hinter Printplus stecken innovative Ideen und technologische Kompetenz. Vor allem aber Menschen mit viel Erfahrung und Sinn für partnerschaftliche Zusammenarbeit. So schaffen Sie Vorteile für Ihr Unternehmen, schnell und zukunftsorientiert. Dafür steht Printplus, Ihr Partner aus der Schweiz. **Vorsprung dank Intelligenz. Software von Printplus.**

PRINTPLUS
Software, die begeistert.



Officepapiere **NEUE PREISRUNDE ANGEKÜNDIGT**

Führende Papierhersteller haben Preiserhöhungen für Büropapiere angekündigt. Ursächlich werden gestiegene Holz-, Zellstoff-, Energie- und Logistikkosten genannt. Zudem verweisen die Fabriken auf hohe Produktionsauslastung, eine gute Nachfrage und den Wegfall von Kapazitäten durch Werksschließungen. Aufgrund des aktuellen Preisniveaus für Büropapiere kommt auch die Deutsche Papier nicht umhin, die Mehrkosten von etwa 3% bis 8% seit September 2007 weiterzugeben. ▶ www.deutsche-papier.de

Ziegler Papier **HÖHERE PREISE AB SEPTEMBER**

Für Lieferungen seit 1. September wird die Ziegler Papier AG auf Fein- und Spezialpapiere ihres Fertigungsprogramms einen Aufschlag von rund 5% zu erheben. Das Schweizer Unternehmen begründet dies mit der guten Wirtschaftslage in den Industrienationen und dem Mengenwachstum in China. Beide Entwicklungen hätten zu Engpässen in der Holzversorgung der Zellstoffindustrie und zu einem anhaltenden Anstieg der Zellstoffpreise geführt, heißt es. Die höheren Beschaffungspreise machten den Preisaufschlag unumgänglich. Angesichts der angespannten Lage sei mit einer Beruhigung an der Beschaffungfront kaum vor Jahresende zu rechnen. ▶ www.zieglerpapier.com

Mitsubishi HiTec Paper **PREISERHÖHUNG FÜR SD-PAPIER**

Mitsubishi HiTec Paper, Hersteller von Selbstdurchschreibepapieren, erhöht die Preise für das giroform SD-Papier-Sortiment weltweit um 6%. Die Preiserhöhung wird ab 15. November 2007 gültig und gilt sowohl für Rollen- als auch für Formatware. ▶ www.mitsubishi-paper.com

FIBEPA **ROHSTOFFPREISE MACHEN ZU SCHAFFEN**

Die in den vergangenen Monaten in mehreren Schritten vollzogenen Preiserhöhungen für Rohstoffe, flankiert von ebenfalls gestiegenen Energiekosten, drücken immer ärger auf die Rendite. Diese Feststellung trafen die Mitgliedsunternehmen des Fachverband für imprägnierte und beschichtete Papiere (FIBEPA) anlässlich ihrer Mitgliederversammlung am 6. Juni in Maria Laach. Mit weiteren Belastungen wird gerechnet, so dass die Kostenentwicklung zu ernster Sorge Anlass gibt. Der Materialanteil bei Nassklebestreifen liegt bei etwa 60% und die Weiterwälzung der gestiegenen Kosten auf die Verkaufspreise wird als Aufgabe von existentieller Tragweite gesehen. Zahlreiche Mitgliedsunternehmen wollen in dieser Frage bei ihren Kunden vorstellig werden. ▶ www.ffi.de

Beratungsleistungen **20 JAHRE APENBERG + PARTNER**

Die Hamburger Managementberatung für die grafische Industrie, Apenberg + Partner, feierte ihr 20-jähriges Bestehen. Wie das Unternehmen mitteilt, haben bis heute 250 Unternehmen aus den Bereichen Druckindustrie, dem Verlagswesen sowie Konzerne aus der Zulieferindustrie die Beratungen von Apenberg + Partner in Anspruch genommen. »Unsere Branchenexperten finden in den Managementetagen hohe Anerkennung«, so Michael Apenberg. Mehr als 700 Projekte mit den Schwerpunkten Strategieberatung, Unternehmenssanierung und die Suche und Auswahl von Führungskräften habe das Unternehmen realisieren können. »Die Beratungsthemen haben sich in den letzten zwei Jahren deutlich verändert«, so Michael Apenberg weiter. Neben der Sanierungsberatung hätten Wachstumsberatungen und die Entwicklung von innovativen Geschäftsfeldstrategien an Bedeutung gewonnen. ▶ www.apenberg.de



Neben der Sanierungsberatung hätten Wachstumsberatungen und die Entwicklung von innovativen Geschäftsfeldstrategien an Bedeutung gewonnen. ▶ www.apenberg.de



Druckfarben **FLINT GROUP ERHÖHT PREISE**

Aufgrund ständig steigender Rohstoffpreise erhöht die Flint Group mit sofortiger Wirkung die Druckfarbenpreise in allen Marktsegmenten in Europa. Bestehende Vertragslaufzeiten würden dabei berücksichtigt, meldet das Unternehmen. Die weltweite Nachfrage nach chemischen Grundchemikalien und Derivaten ist demnach sprunghaft gestiegen. In Folge hätten die Preise für eine große Zahl von Rohstoffen für Druckfarben Rekordhöhen erreicht. Einer der weltweit größten Hersteller von Pigmenten und Pigmentvorprodukten, die Volksrepublik China, habe mit Wirkung zum 1. Juli 2007 die Steuerrückerstattung für Exporte ausgesetzt. Damit seien die Preise für Pigmente, Pigmentvorprodukte und viele Zwischenprodukte in zweistelliger Höhe angestiegen. »Unsere Industrie erlebt weltweit eine starke Verknappung bei gleichzeitig hoher Nachfrage und dazu noch deutlich höhere Rohstoffkosten«, so Dirk Aulbert, Präsident der Flint Group in Europa. »Unter diesen Bedingungen sind wir nicht in der Lage, die deutlich gestiegenen Kosten aufzufangen.« Deshalb sei man gezwungen, die Preise für Druckfarben anzupassen. ▶ www.flintgrp.com



8. Mailingtage 2007 **FACHMESSE FÜR DIREKT-MARKETING**

Auch nach der achten Runde der Mailingtage, die 2007 vom 13. bis 14. Juni stattfanden, können die Mailingtage-Veranstalter mit einer Fortsetzung der Erfolgsstory aufwarten. Über 9.800 Interessierte (über 12% mehr als im vergangenen Jahr) trafen sich in Nürnberg. Mit über 460 Direkt- und Dialogmarketing-Dienstleistern in der Messe und in den begleitenden Sonderschauen, mit 150 Kurzvorträgen, 20 Workshops oder über 1.700 Teilnehmern an der Mailingtage-Party mit Verleihung der Mailingtage-Awards erwartete den Besucher erneut ein in dieser Branche europaweit einmaliges Informationsangebot.

Um diese Entwicklung auch in Zukunft weiter voranzutreiben, gab der Veranstalter IM Marketing-Forum GmbH die strategische Partnerschaft mit der NürnbergMesse GmbH bekannt. Die NürnbergMesse hat die internationalen Veranstaltungsrechte für die Mailingtage ab dem Veranstaltungsjahr 2008 von IM erworben. IM konzentriert sich im Rahmen einer langfristigen strategischen Partnerschaft nunmehr auf ihre Kernkompetenzen im Direkt- und Dialogmarketing und ist vor allem auch weiterhin verantwortlich für die inhaltliche Gestaltung und Weiterentwicklung der Informationsplattformen im Rahmen der Messe.

Die nächsten Mailingtage finden vom 18. bis 19. Juni 2008 statt.

▶ www.mailingtage.de



Large Format Printing **HP ÜBERNIMMT COLORSPAN**

HP gab die Übernahme von MacDermid ColorSpan Inc., des im US-Staat Minnesota ansässigen Herstellers von digitalen Großformat-Tintenstrahldruckern, bekannt. ColorSpan gehörte zur MacDermid Printing Solutions LLC, einer Tochtergesellschaft des in Privatbesitz befindlichen Unternehmens MacDermid Inc. mit Sitz in Denver.

Mit der Übernahme will HP seine Präsenz auf dem Markt erweitern und seine Position als Komplettanbieter stärken. HP plant insbesondere die Bereitstellung kostengünstiger Plattformen und UV-Technologien für Drucker, die ihr Geschäft auf Außenanwendungen und industrielle Anwendungen erweitern wollen. Die Vereinbarung erweitert HPs Grafik-Portfolio digitaler Druckmaschinen und Großformat-Drucker. Robert J. Wenzel, Präsident von MacDermid ColorSpan, werde die neue Produktlinie bei HP leiten, heißt es. Es wurden keine Angaben zu den finanziellen Konditionen der Übernahme gemacht. Nach Abschluss der Übernahme werde MacDermid ColorSpan in die Graphic Arts-Organisation der Imaging and Printing Group von HP eingegliedert.

▶ www.hp.com



**Koenig & Bauer AG
HALBJAHRESBERICHT
VORGELEGT**

Der Konzernumsatz des Druckmaschinenherstellers Koenig & Bauer legte im ersten Halbjahr 2007 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 9,4% auf 794,9 Mio. € zu. Nach Steuern ergibt sich ein Konzernergebnis von 19,1 Mio. €. Der Auftrags-eingang war mit 726,3 Mio. € um 1% höher als im Vorjahr. Durch gestiegene Auslieferungen an Wertpapier- und Tiefdrucker übertraf der Segmentumsatz bei Rollen- und Sondermaschinen mit 420,5 Mio. € den Vorjahreswert um 6,9%. Trotz einiger spektakulärer Verkaufserfolge wie z.B. einer Cortina-6/2-Großanlage für das Zeitungshaus Le Figaro in Paris wurde bei Rollenmaschinen durch weniger Großprojekte im Zeitungs- und Illustrationstiefdruck das Bestellvolumen des Vorjahres nicht ganz realisiert. Durch die lebhaftere Nachfrage bei Sondermaschinen erreichte der Auftragseingang in diesem Segment mit 350,6 Mio. € annähernd Vorjahresniveau. Der Umsatz bei Bogenmaschinen legte überproportional um 12,4% auf 374,4 Mio. € zu. Der Auftrags-eingang bei Bogenoffsetmaschinen stieg gegenüber dem ersten Halbjahr 2006 um 3% auf 375,7 Mio. €. Im Ausblick auf das gesamte Geschäftsjahr bestätigt der Vorstand seine Frühjahrsprognose, die einen Konzernumsatz von etwa 1,7 Mrd. € und ein Vorsteuerergebnis in ähnlicher Größenordnung wie 2006 (47,4 Mio. €) vorsieht.
➤ www.kba-print.de



**Druckindustrie
KOSTENERHÖHUNGEN
EXISTENZGEFÄHRDEND**

Die Umsätze der Druckereien mit 50 und mehr Beschäftigten lagen mit einem Plus von 2,2% im 1. Halbjahr 2007 unter dem Durchschnitt aller Industrieunternehmen, die im gleichen Zeitraum eine Umsatzsteigerung von 8,0% realisieren konnten. Angesichts dieser nur mäßigen Umsatzentwicklung warnt der Bundesverband Druck und Medien vor steigenden Kosten. »Die Kunden der Druckindustrie müssen sich auf Preiserhöhungen einstellen. Druckereien stehen unter einem gewaltigen Kostendruck. Für viele Unternehmen könnte es existenzgefährdend werden, wenn sie versuchen, die steigenden Kosten alleine zu schultern«, so Thomas Mayer, Hauptgeschäftsführer des bvdM. Der Verband bezieht sich dabei auf die Auswertung aktueller Zahlen für das erste Halbjahr 2007. Demnach sind zum Beispiel die Preise für Zeitungsdruckpapier um weitere 4,6% gegenüber dem entsprechenden Vorjahreszeitraum gestiegen, nachdem sie bereits 2006 um 6,7% über dem Wert des Vorjahres lagen. Nach Erkenntnissen des Verbandes wird es im Laufe des Jahres auch zu Kostenerhöhungen für Druckfarben kommen.
➤ www.bvdm-online.de



**Überraschender Zukauf
ADOBE STEIGT IN DIE
TEXTVERARBEITUNG EIN**

Adobe ist mit einer Übernahme in den Markt für Textverarbeitungsprogramme eingestiegen und kündigte am 1. Oktober 2007 an, Virtual Ubiquity für eine nicht genannte Summe zu kaufen. Deren Programm Buzzword erlaubt es Benutzern, Dokumente auf ihren Rechnern oder im Internet alleine oder in Gruppen auf genau die gleiche Art zu bearbeiten. Mit diesem Schritt tritt Adobe in Konkurrenz zu Firmen wie Marktführer Microsoft, Google oder IBM. Buzzword hat jeweils das gleiche Aussehen, egal, ob es als Programm auf dem Computer des Benutzers oder in einem Webbrowser läuft und egal, ob es mit dem Internet verbunden ist oder nicht. Weder Microsofts Word noch Googles Google Docs können dies in dieser Form.
➤ www.adobe.de



**Ehemalige Danka
INFOTEC UNTER NEUER
FLAGGE**

Auf der diesjährigen Druck + Form präsentierte sich die Infotec Deutschland GmbH unter neuer Flagge. Seit dem 1. Februar 2007 ist die ehemalige DANKA Deutschland Holding GmbH Mitglied der Ricoh-Gruppe. Neben der Konzentration auf Ricoh-Produkte holt sich die selbständig operierende Infotec auch Systeme anderer Hersteller mit ins Portfolio. Der Markenname Infotec wurde bereits 1972 ins Leben gerufen. Damals wurden von Ricoh hergestellte Geräte für die Bürokommunikation wie Flüssigtone- und Thermo-Telefaxgeräte, vertrieben. 1997 übernahm Danka die Marke Infotec und den Kodak Geschäftsbereich Office Imaging. Zum 1. Februar 2007 übernahm Ricoh Europe B.V. das komplette Europa-Geschäft von Danka. Der Umsatz aller

Danka Europa-Organisationen lag 2006 bei über 430 Mio. €. Zum 1. April 2007 entstand die Infotec Deutschland GmbH.

Ricoh, langjähriger Partner und Lieferant von Infotec, ist einer der Weltmarktführer für digitale Multifunktionsgeräte und Imaging-Lösungen. Der internationale Umsatz wuchs 2006 um 5,6% auf 13,9 Mrd. €. Das europäische Geschäft hatte daran einen Anteil von 22,7% (3,15 Milliarden €). Infotec ist mit seiner Historie, den langjährigen Kundenbeziehungen und 2.900 Mitarbeitern in Europa ein bedeutendes und unabhängiges Mitglied der Ricoh-Familie. Die Schwerpunkte liegen in den Bereichen Produktion und Color.



»Wir werden dank unserer Erfahrungen innerhalb der Ricoh Familie eine führende

Rolle in den Segmenten Produktion und Farbe übernehmen«, ist Elmar K. Wanderer, Infotec Geschäftsführer, überzeugt. »Wir greifen aber auch auf Systeme anderer Hersteller zurück, wenn wir damit die Anforderungen unserer Kunden besser erfüllen können,« ergänzt der Infotec Manager. Jüngstes Beispiel ist die Aufnahme des High-End Farbsystems Develop ineo+6500. Zudem wurde die Partnerschaft mit Kodak noch weiter intensiviert. Umfangreiche, teilweise im Haus Infotec entwickelte Workflow-Lösungen runden das Portfolio ab.
➤ www.infotec.de

Doppelt hält länger.
Zeitungsdrucktuch mit kompressibler Doppelschicht.
BIRKAN Headliner
BIRKAN Drucktuchtechnik GmbH
Painhofener Str. 11 • D-82279 Eching
Telefon 08143/9204-0 • Telefax -24
Email: info@birkan.de • www.birkan.de
Blankets for Master Printers
BIRKAN since 1924

KURZ & BÜNDIG • KNAPP • KURZ & BÜNDIG • KNAPP • KURZ

Der Softwarekonzern **ADOBE** hat im 3. Quartal bei einem deutlichen Gewinnanstieg den Umsatz auf 851,7 Mio. \$ (Vorjahr: 602,2) gesteigert. • Der finnische Papierhersteller **STORA ENSO** verkauft seine Nordamerika-Tochter an die amerikanische New Page Holding Corp. Der Wert der Transaktion wird mit 2,52 Mrd. \$ angegeben. • **HEIDELBERG** hat das 2006 begonnene Aktienrückkaufprogramm abgeschlossen. Bis zum 4. September 2007 wurden insgesamt 4.152.535 Aktien oder 5% des Grundkapitals zu einem Durchschnittskurs von 33,42 € und einem Gesamtbetrag von etwa 138,8 Mio. € zurückgekauft. Heidelberg hält nun über zwei Millionen eigene Aktien (2,68% der ausstehenden Aktien). • **MAYR-MELNHOF** profitierte im ersten Halbjahr 2007 von der positiven Wirtschaftslage im Euroraum sowie der anhaltenden konjunkturellen Dynamik in Osteuropa und den angrenzenden Regionen. Sowohl in der Kartonerzeugung als auch in der Kartonverarbeitung seien ein starker Auftragseingang und eine hohe Auslastung zu verzeichnen. • **PITNEY BOWES** hat für 24 Mio. \$ die französische Asterion SAS erworben. Das im Bereich Outsourcing von Transaktionsdruck und Services rund um das Dokumentenmanagement tätige Unternehmen Asterion erzielte im Jahr 2006 rund 88 Mio. \$ Umsatz und beschäftigt rund 740 Mitarbeiter. • Der südafrikanische Papierhersteller **SAPPI** meldet eine erheblich verbesserte Geschäftsentwicklung im dritten Quartal 2007 verglichen mit dem Vorjahr. Der erwirtschaftete Cashflow von 177 Mio. US-Dollar lag um 110 Mio. \$ über dem des Vorjahres, der Betriebsgewinn belief sich für das Quartal auf 87 Mio. \$ gegenüber einem Verlust von 34 Mio. \$ im Vorjahr. • Die **EDELMANN** Gruppe hat den in eine Krise geratenen Faltschachtel-Hersteller Artur Theis GmbH & Co KG, Wuppertal, übernommen. Edelmann erzielte 2006 einen Umsatz von 158 Mio. € und beschäftigt rund 1.100 Mitarbeiter. • Die **ZÜND** Systemtechnik wird sich in Zukunft auf die Entwicklung multifunktionaler Schneidesysteme und den Workflow von Drucken und Schneiden konzentrieren. Neue Drucker wird das Unternehmen nicht mehr auf den Markt bringen. • **MARABU** gab die Übernahme der amerikanischen Clearstar Coatings Corp. bekannt. Mit dem Sortiment an Flüssiglaminaten und Digitaldruckfarben des Herstellers baut Marabu seine Digitaldruckpalette aus und verstärkt seine Präsenz in Nordamerika. • Das im Herbst 2006 eingeleitete Sanierungsprogramm hat die finanzielle Lage von **M-REAL** verbessert. Wie der Papierhersteller meldet, sei man Dank der positiven Ergebnisentwicklung und der verbesserten Finanzlage nun in der Lage, die Geschäfte auszubauen. Zudem erlaube der Verkauf der Papierhandelsorganisation **MAP MERCHANT GROUP** an **ANTALIS** die Möglichkeiten, andere Geschäftsaktivitäten weiter zu entwickeln. • **SUN CHEMICAL** hat für Europa Preiserhöhungen zwischen 6% und 12% angekündigt. Sie seien Folge des anhaltenden Anstiegs der Rohstoffpreise sowie der Knappheit wichtiger Eingangsstoffe für die Herstellung von Pigmenten. Die Preissteigerungen sollen zum 1. November in Kraft treten. • Das Starnberger Beteiligungsunternehmen **ARQUES** Industries AG hat seinen Anteil an der Druckholding **ARQUANA** International Print & Media AG auf 19,78% reduziert. Käufer ist die **PRINTEC** Investments Ltd. mit Sitz in Birmingham, Großbritannien. ARQUES hatte seine Beteiligung an ARQUANA bereits Ende 2006 planmäßig auf unter 50% reduziert. • Der japanische Kamerahersteller **PENTAX** wurde für umgerechnet 600 Mio. € vom Spezialglashersteller Hoya übernommen.



**Cippi Award
HIFLEX ANWENDER
WIEDER VORN**

Die CIP4 Innovationspreise werden an die weltweit erfolgreichsten Anwender der Prozessautomatisierung in der Druckindustrie verliehen. 2007 gewannen nunmehr das dritte Jahr in Folge Hiflex-Anwender zwei der drei ausgeschriebenen Preise und erhielten Zweitplatzierungen in verbleibenden Kategorien. Die Erfolge beim CIP4 Award demonstrieren, dass Hiflex-Anwender mit den realisierten Automatisierungslösungen erfolgreich sind und große Effekte erzielten. So wurden das Druckhaus Berlin-Mitte, Walter Grieger Offset Druck und Gutenberg-Werbung (Österreich) gemeinsam für die »Innovativste Nutzung der Prozessautomatisierung in einer Implementierung« ausgezeichnet. Zur Abwicklung ihrer Geschäftsprozesse setzen die drei Unternehmen auf das JDF-fähige, webbasierte Automatisierungstool »Hiflex Print Support«, das die Partner im Beschaffungsprozess (Einkäufer, Anbieter, Zulieferer) über eine gemeinsame Plattform verbindet. Ausgezeichnet wurde weiterhin PDC Tangen, Oslo, für das »Beste Kosten-Nutzen-Verhältnis durch den Einsatz der Prozessautomatisierung«. PDC Tangen ist der erste skandinavische Drucker, der JDF implementiert hat. Den zweiten Platz in der Kategorie »Größte Effizienzsteigerung und Verbesserung der Kundenbetreuung« gewann Ampersand Printing, Kanada.

➤ www.hiflex.com
➤ www.printsupport.com



**Internet
ALS ALLTAGSMEDIUM
FEST ETABLIERT**

Das Internet hat sich als Alltagsmedium in weiten Teilen der Gesellschaft fest etabliert. Zu diesem Ergebnis kamen Forscher des Instituts für Demoskopie Allensbach in der Allensbacher Computer- und Technik-Analyse (ACTA) für 2007. Nach der Untersuchung stieg die Zahl der Internetnutzer in Deutschland gegenüber dem Vorjahr um 6% auf insgesamt 35,8 Mio. an. Die Studie belegt den wachsenden Stellenwert des Internet als Informationsquelle. Auch der Bundesverband für Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien Bitkom bestätigt diesen Trend. Zu beachten sei, dass besonders tagesaktuelle Informationen weiterhin bevorzugt aus klassischen Medien bezogen werden. Das Internet etabliert sich immer stärker als vierte Quelle für Nachrichten. Nachrichtenmedium Nummer Eins bleibe aber das Fernsehen, gefolgt von Zeitung und Radio. Dies belegt auch die ACTA-Studie: 32% der Befragten gaben an, dass Computer und Internet für ihre tägliche Nachrichteninformation unverzichtbar seien. Eindeutige Ergebnisse lieferte die Studie bei der jüngeren Generation. Bei den 20- bis 29-jährigen liest etwa ein knappes Drittel keine Zeitung und holt sich die gewünschten Informationen aus dem Netz und dem Fernsehen.

➤ www.bitkom.de
➤ www.ifd-allensbach.de
➤ www.acta-online.de



**Deutscher Werbemarkt
ONLINE WÄCHST
LANGSAMER**

Der deutsche Werbemarkt wird auch in den kommenden Jahren kontinuierlich wachsen. Laut der aktuellen Prognose »Ad-Trend 2015« des Werbevermarkters GWP media-marketing ist von einem jährlichen Plus von 2,6% am Gesamtwerbemarkt auszugehen. Das stärkste Wachstum sagen die Experten wenig überraschend für den Online-Bereich voraus. Hier soll das jährliche Plus bis 2015 durchschnittlich 16,2% betragen. Allerdings werde sich der Online-Werbemarkt flacher und langsamer entwickeln als bislang angenommen, so GWP-Geschäftsführer Harald Wahls. Die stärksten Herausforderungen stellen sich in den nächsten Jahren im Print-Segment. Laut Prognose wird es in diesem Bereich einen leichten Rückgang geben, wenngleich Print seinen Platz als zweitgrößte Mediengattung beibehalten und ein lukrativer Markt bleiben sollte. Besonders stark betroffen wären die Tages- und Fachzeitungen. Der Höhepunkt bei den relativen Wachstumsraten sei bereits dieses und nächstes Jahr zu erwarten. Ab 2012 würden die jährlichen Zuwächse auf unter 10% fallen. Für die Werbetreibenden sei es daher in Zukunft besonders wichtig, das mobile Business im Auge zu behalten. Grundsätzlich komme es bei der Wahl des Werbemittels aber natürlich immer darauf an, welches Ziel verfolgt werde und worauf eine Kampagne ausgerichtet sei.

➤ www.gwp.de