



Papierhandel **STORA ENSO VERKAUFT POPYRUS**

Stora Enso verkauft seine Papierhandelssparte Papyrus an die schwedische Private-Equity-Firma Altor. Zu Papyrus gehört seit Ende 2005 auch die deutsche Papiergroßhandelsgruppe Schneidersöhne. Stora Enso ist damit der zweite Papierhersteller, der seine Handelssparte aufgibt. Erst im vergangenen Jahr hatte M-Real seine Map Merchant Group an Antalis verkauft. Lesen Sie auch den Beitrag auf Seite 58 dieser Ausgabe.

➤ www.storaenso.com ➤ www.papyrus.com

Printplus **ERFOLGSJAHRE IN FOLGE**

Der Schweizer Branchensoftwarespezialist Printplus AG hat im Geschäftsjahr 2007 zum zweiten Mal in Folge das beste Ergebnis der über 20-jährigen Unternehmensgeschichte erzielt. Gute Verkaufszahlen vor allem in Deutschland und Österreich sorgten für eine deutliche Umsatzsteigerung. Neben 30 Neukunden investierten auch bestehende Kunden intensiv in den Ausbau der Software. Vor allem Themen wie die unternehmensübergreifende Vernetzung, Web-to-Print, Logistik und Controlling standen für zahlreiche Unternehmen im Jahr 2007 im Mittelpunkt. »Das Ergebnis des letzten Jahres zeigt, dass sich unsere Investitionen gelohnt haben. Personell haben wir auf die gestiegene Nachfrage reagiert und sieben neue Mitarbeiter eingestellt. Mit einem größeren Team an Branchenfachleuten und Softwarespezialisten wollen wir auch im drupa-Jahr 2008 auf Wachstumskurs bleiben«, so Thomas Forster, Geschäftsführer der Printplus AG. Printplus beschäftigt 30 Mitarbeiter und entwickelt Branchensoftware, die täglich bei mehr als 400 Kunden im Einsatz ist. ➤ www.printplus.ch

Elanders kauft Seiz Printing **POSITION IN DEN USA**

Das seit 2005 bestehende Joint Venture zwischen der zum Elanders-Konzern gehörenden Sommer Corporate Media mit dem nordamerikanischen Druckdienstleister Seiz Printing Co, Atlanta, brachte den global operierenden Kunden der schwedischen Elanders-Gruppe Kosten- und Zeitvorteile bei Abwicklung und Auslieferung. Die Kooperation mündet nun in eine festere Verbindung, nachdem Elanders alle Anteile an Seiz übernimmt und damit über eigene Produktionskapazitäten in Nordamerika verfügt. Seiz als Spezialist für Offset-Produktionen und Logistikservice erwirtschaftet mit etwa 60 Mitarbeitern einen Umsatz von ca. 14 Mio. \$.

➤ www.elanders.com ➤ www.sommer-corporate-media.de

Technotrans AG 2007 **RÜCKGANG UM 11,4%**

Der Umsatz der Technotrans AG lag 2007 mit 153,2 Mio. € nur 1,3% über dem Vorjahr. Positiv hat sich das Segment Services entwickelt, dessen Umsätze um 6,6% auf 37,9 Mio. € zulegten. Das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) erreichte 13,9 Mio. €; 11,4% weniger als 2006. Wesentlichen Einfluss auf diesen Rückgang hatten nach Angaben der Technotrans AG die Entwicklungskosten, die im Jahr vor der drupa von 5,1 auf 6,3 Mio. € gesteigert worden waren. ➤ www.technotrans.de



Benteli Hallwag **ÜBERNAHME DURCH FARBENDRUCK WEBER**

Die Farbendruck Weber AG, Biel, übernimmt zum 1. Juni 2008 das Druckgeschäft von Benteli Hallwag und legt es mit den eigenen Aktivitäten zusammen. Damit entsteht am Standort Biel unter dem Namen Weber Benteli das größte Akzidenzdruckunternehmen im Kanton Bern, teilten die Unternehmen mit, die keine Angaben zur finanziellen Seite des Verkaufs machten. Durch die Aufgabe des Druckstandortes Wabern gehen knapp 70 Vollzeitstellen und Aushilfsverträge verloren.

Benteli Hallwag gehört der Berner Espace Media Gruppe, die wiederum Bestandteil des Zürcher Tamedia-Konzerns ist. Durch den Zusammenschluss stärkt die zur Arques Industries AG gehörende Farbendruck Weber nach eigenen Angaben ihre Marktstellung. Benteli Hallwag, spezialisiert auf Bogen- und Rollenoffsetdruck sowie Verlagsdienstleistungen, Logistik und Crossmedia, bringe langjährige Kundenbeziehungen und mehr als 60 Periodika in die Zusammenarbeit ein. Geschäftsführer von Weber Benteli mit rund 300 Mitarbeitern und einem Umsatz von mehr als 90 Mio. CHF soll der bisherige Leiter von Benteli Hallwag, Martin Brawand, werden.

➤ www.weberprint.ch

Weiterer Arquana-Konkurs

Arquana Austria Holding GmbH und Arquana Print Austria GmbH melden Insolvenz an

Die Arquana Austria Holding GmbH, Wien, und die Arquana Print Austria GmbH, Innsbruck, (ehemals WUB), die beiden österreichischen Beteiligungen der Druckholding Arquana International Print & Media AG, stellten am 21. Februar 2008 bei den zuständigen Gerichten Konkursantrag. Die 110 Mitarbeiter wurden in einer Betriebsversammlung informiert. Ziel des Insolvenzverfahrens, so die Meldung des Unternehmens, sei die Fortführung des Betriebes.

Bedingt durch die Bonitätsverschlechterung der gesamten Arquana-Gruppe gelangten auch die österreichischen Unternehmen unter erheblichen wirtschaftlichen Druck. Forderungsausfälle durch die Insolvenzen von Schwestergesellschaften in Deutschland sowie nicht mehr vorhandene vom Mutterkonzern unabhängige Finanzierungsquellen führten schließlich zur Zahlungsunfähigkeit.

Seit Eröffnung des Insolvenzverfahrens über das Vermögen der deutschen Arquana International Print & Media AG fanden Verhandlungen über den Einstieg eines neuen Gesellschafters in die Arquana Austria Holding GmbH statt. Diese hätte am 8. Februar 2008 mit einem Finanzinvestor abgeschlossen werden sollen. Der Investor sei jedoch kurzfristig abgesprungen. Jetzt hat die Athesia Gruppe (Bozen und Innsbruck) ernsthaftes Interesse bekundet, Gespräche über eine mögliche Weiterführung der Arquana Print Austria aus dem Konkurs heraus zu führen. »Nach sieben Monaten erneut Konkurs anzumelden, ist für uns unfassbar und für alle Beteiligten mehr als bedauerlich«, werden Günther Kristen und Andreas Walka, Geschäftsführer Arquana Print Austria GmbH, zitiert. »Zumal der geplante Ausbau des Standortes in Innsbruck für künftig 160 Mitarbeiter einen langfristigen Arbeitsplatz bieten sollte.«

Das operative Geschäft der Wagner'schen Universitätsdruckerei (WUB) in Innsbruck war erst im Sommer 2007 von Arquana übernommen worden. Der Betrieb gehörte zuvor als österreichischer Standort zu der in Insolvenz gegangenen Schmelzle-Gruppe (Waiblingen) und musste am 4. April 2007 Folge-Insolvenz anmelden. Die Wagner'schen Universitätsdruckerei ist ein Tiroler Traditionsbetrieb mit einer mehr als 400-jährigen Geschichte. Noch 2006 erzielte die WUB bei schlechter Auslastung einen Umsatz von rund 22 Mio. €. (ni)

➤ www.arquana.com



MAN Roland Geschäftsjahr 2007 DER ERFOLGSWEG ALS EIGENSTÄNDIGES UNTERNEHMEN WURDE FORTGESETZT

Im Geschäftsjahr 2007 hat MAN Roland das operative Ergebnis trotz Umsatzrückgangs nochmals auf nunmehr 125 Mio. € gesteigert. Die Geschäftsbereiche Bogen und Rolle haben nach Ansicht des Vorstandsvorsitzenden Gerd Finkbeiner (im Bild während der Pre-drupa-Presskonferenz Mitte Februar in Augsburg) zu dieser positiven Entwicklung gleichermaßen beigetragen: der Rollenbereich durch seine gute Performance, der Bogenbereich durch seine Produktoffensive und die Verbesserung der Kostenstrukturen. »MAN Roland befindet sich wirtschaftlich stabil auf hohem Niveau«, so Finkbeiner. Der Ausbau des »Printvalue«-Geschäfts mit LifeCycle-Management, Verbrauchsmaterialien, Software und Beratung sowie die Ergänzung des Produktprogramms für Bogen- und Rollenmaschinen seien weiterhin Eckpfeiler der strategischen Ausrichtung von MAN Roland. Für 2008 geht er davon aus, dass sich die Umsetzung der Strategie wieder positiv in der Ergebnisentwicklung widerspiegeln wird. Schließlich sieht Finkbeiner die Druckindustrie nach wie vor als »hoch innovativ«.

Eine exakte Prognose für das Jahr will MAN Roland dennoch nicht abgeben. Im Gegenteil warnt Gerd Finkbeiner auch im Vorfeld der drupa 2008: »Es macht keinen Sinn, Wachstumsperspektiven in einen Markt hinein zu interpretieren, die dort nicht bestehen. Keiner weiß genau, wie sich der Markt entwickelt: Die Schätzungen reichen von minus zwei bis plus fünf Prozent. Fakt ist: die Druckindustrie ist keine Wachstumsindustrie.« Zudem glaubt Gerd Finkbeiner, dass die Banken nach den aktuellen Entwicklungen in den Finanzmärkten noch konservativer und zurückhaltender bei der Kreditvergabe würden. Diese Vorsicht scheint angebracht, denn der Auftragseingang ging um 6% auf 1.766 Mio. € zurück. Auch die Umsätze des Jahres 2007 sanken bei einem Exportanteil von 84% um 6% auf 1.936 Mio. €. MAN Roland verfügte Ende 2007 über einen Auftragsbestand von 1.042 Mio. €, 17% weniger als 2006, was MAN Roland im Wesentlichen mit der Abarbeitung außergewöhnlicher Großaufträge begründet. Trotzdem habe das 8.726 Mitarbeiter zählende Unternehmen bei den Bogen- und Rollenmaschinen seine Marktposition festigen können. Gerd Finkbeiner sieht MAN Roland im Zeitungs- und Akzidenz-Rollenoffset weltweit auf Platz 1 und den Bogenbereich auf einem hohen Level auf dem zweiten Platz.

Lesen Sie auch unseren Beitrag über die Neuheiten von MAN Roland in dieser Ausgabe. (nico)

➤ www.man-roland.de



Altana ERFOLGREICH IM GESCHÄFTSJAHR 2007

Nach den vorläufigen Zahlen hat die Altana AG das erste Geschäftsjahr als reines Spezialchemieunternehmen erfolgreich abgeschlossen. Der Umsatz im Jahr 2007 betrug 1.380 Mio. € und damit 7% mehr als 2006. Bereinigt um negative Wechselkurseffekte sowie geringe Akquisition- und Desinvestitionseffekte betrug der Umsatzanstieg operativ 9%. Der Inlands-umsatz 2007 belief sich auf 240 Mio. €, das entspricht ebenfalls einer Steigerung um 7%. Das Auslandsgeschäft trug mit 83% und 1.140 Mio. € zum Umsatz bei und unterstreicht die internationale Positionierung von Altana. Der Umsatz von Eckart Effect Pigments, seit 2005 vierter Geschäftsbereich des Konzerns, stieg von 339 Mio. € auf 363 Mio. €, das entspricht ebenfalls einem Zuwachs um 7%. Eckart Effect Pigments ist weltweit führender Hersteller von Metallic- und Perlglanz-Pigmenten für die Lack- und Farbenindustrie, die Druck-, Kunststoff- und Kosmetikindustrie.

➤ www.altana.com

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

Zum zweiten Mal in Folge hat **CANON** den »best brands-Award« für die beste Produktmarke gewonnen. Die Auszeichnung wird der von der Serviceplan Gruppe, GfK, SevenOne Media, WirtschaftsWoche, Markenverband und GWP media-marketing verliehen. • Auch in der kommenden Fußball-Saison bleibt **KYOCERA** Trikot- und Hauptsponsor des Traditionsvereins Borussia Mönchengladbach. Die erfolgreiche Partnerschaft geht damit schon ins fünfte Jahr. • Die **DICOM** Group, Anbieter von Intelligent Capture & Exchange Lösungen, firmiert zukünftig unter dem Namen **KOFAX**. • **FUJIFILM** hat 100% der Anteile an der **IP LABS** GmbH, Fotoservice Software Provider mit Sitz in Bonn, übernommen. • Aus **TELEKOPIE**, dem innovativen Fachhandelsunternehmen rund um Dokumenten-Workflow, Output- und Netzwerkmanagement mit Sitz im Düsseldorf Medienhafen, wird das »Canon Business Center Region Düsseldorf Ost«. • Der Online-Freistellungsdienst **MISTERCLIPPING.COM** expandiert und ist nun auch in Deutsch verfügbar. Hochgeladene Bilder werden innerhalb von 24 Stunden freigestellt geliefert – unabhängig von der Anzahl und zu Preisen ab 1.95 € pro Bild. • Die **KODAK** Graphic Communications Group hat das niederländische Unternehmen **ATÉCÉ** Graphic Products zum exklusiven Vertriebspartner und Hauptdistributor für die digitale Wasserlos-Druckplatte Kodak Clarus WL2 in der Region Europa, Afrika und naher Osten ernannt. • **PRESSTEK** wird neben seinen Druckmaschinen Web-to-Print- und Management-Lösungen von **PRESS-SENSE** anbieten, zu denen die webbasierte Print-on-Demand-Workflow-Lösung iWay und die Druckmanagement-Anwendung Manager gehören. • Bereits zum sechsten Mal in Folge belegt **CANON** die führende Position unter den Kameraherstellern in Europa. Aktuelle Zahlen des Marktforschungsinstituts GfK belegen, dass Canon sowohl bei den digitalen Spiegelreflexkameras als auch bei den Digitalkameras 2007 den ersten Platz einnahm. • **KODAK** will das Unternehmen **DESIGN2LAUNCH** (D2L) übernehmen, das Workflow-Lösungen für Marketing- und Kreativ-Teams entwickelt und Markenartiklern eine schnellere Markteinführung ihrer Produkte ermöglicht. Das D2L System ist eine Kollektion integrierter Softwaremodule, für die gemeinschaftliche Bearbeitung eines Projekts über Korrekturläufe bis hin zur Produktionsfreigabe und Produktion. • Die **FLINT GROUP** hat eine neue Geschäftseinheit: die Flexographic Products vereint die Aktivitäten von Flint Group Printing Plates und dem Rotec-Sleeve-Geschäft, das 2007 von **DAY INTERNATIONAL** erworben wurde. • Die **FLINT GRUPPE** wird das Farbengeschäft für Verpackungen von **SIEGWERT** in Australien und Neuseeland übernehmen. Das Portfolio hat ein jährliches Volumen von rund 25 Mio. €.

TECHKON

**Densitometer
Farbmessgeräte
Druckplattenmessung**

Wir beraten Sie gerne
zu Anwendungsfragen.

TECHKON GmbH
Wiesbadener Straße 27 • D-61462 Königstein
Telefon 06174-92 44 50 • Fax 06174-92 44 99
info@techkon.com • <http://www.techkon.com>



PrintConcept DR. HÖNLE AG NEUER PARTNER

Mit Wirkung zum 1. Januar 2008 hat sich die Gesellschafterstruktur der Print Concept UV-Systeme GmbH geändert. Neben Jürgen Welle ist die Dr. Höhle AG als weiterer Gesellschafter in die Gesellschaft eingetreten. Die Dr. Höhle AG mit Firmensitz in Gräfelfing bei München, ist wie PrintConcept Systemanbieter industrieller UV-Technologie. Neben umfangreichen Synergieeffekten in der Zusammenarbeit beider Unternehmen, die man insbesondere in der Entwicklung und Produktion der Anlagen sieht, soll die Dr. Höhle AG den schnellen Zugang zu den internationalen Märkten ermöglichen.

Die vollständige Produktpalette der PrintConcept UV-Systeme GmbH wird fortgeführt. Am neuen Firmensitz der PrintConcept UV-Systeme GmbH, der voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2008 in Kohlberg (Raum Nürtingen) bezogen wird, werden zusätzlich Produkte der Dr. Höhle AG sowie gemeinsam neu entwickelte Produkte für einen weiteren Geschäftsbereich, den Bogenoffsetdruck, integriert. Auf der kommenden drupa wird PrintConcept auf dem Stand A44 in Halle 16 seine erweiterte Produktpalette präsentieren. www.printconcept-uv.com

Presstek klagt PLATTENHERSTELLER VIM IM VISIER

Presstek hat in den USA Klage gegen den israelischen Druckplattenhersteller VIM Technologies Ltd. und sein Partnerunternehmen Hanita Coatings RCA wegen Verletzung von Patent- und Handelsmarkenrechten eingereicht. In der Klage wird behauptet, dass die »Di-R Waterless Processless Thermal Plate Rolls« von VIM die US-Patente von Presstek verletzen. Presstek-CEO Jeff Jacobson kündigte zudem an, seine Rechte auch in Europa geltend machen zu wollen.

www.vim-technologies.com www.presstek.com

Esko-Artworks NEUE FERTIGUNGSSTÄTTE IN BRÜNN

Esko-Artwork hat eine neue Fertigungsstätte für Kongsberg-Mustertische im tschechischen Brünn eröffnet. Dadurch soll der Produktionsstandort im norwegischen Kongsberg unterstützt werden, der das Zentrum für die Schneidetische bleiben soll und den neuen Produktionsstandort als Tochterunternehmen führt. Die CAD-gesteuerten Schneide- und Frästische schneiden und rillen Verpackungs- oder POS-Material automatisch. Firmenangaben zufolge ist der Umsatz in diesem Segment um 150% gestiegen. Die Produktionskapazität soll durch den Bau der zusätzlichen Fertigungsanlage verdoppelt werden. Esko-Artworks beschäftigt weltweit rund 1.000 Mitarbeiter und erwirtschaftete 2006 einen Jahresumsatz von 173,5 Mio. €.

www.esko.com

Mayr-Melnhof STEIGERT DEN GEWINN

Der Mayr-Melnhof Konzern profitierte 2007 von der positiven Wirtschaftslage in Westeuropa sowie der Dynamik in Osteuropa: sowohl Kartonproduktion als auch Faltschachtelherstellung verzeichneten einen starken Auftragseingang. Mit Preiserhöhungen bei Karton und Faltschachteln gelang es, die Kostensteigerungen weitgehend zu kompensieren. Der Konzern konnte daher 2007 vor allem infolge starken Mengenwachstums mit einem neuen Rekordergebnis abschließen.



»Lesestart« GROSSE PAPIER-SPENDE

Die »Lesestart«-Liga freut sich über gewichtige Unterstützung: Viele Tonnen Papier bestiftet der Papierhersteller Albruck/Mylykoski für die bundesweit größte Leseförderungsmaßnahme für Kleinkinder, die am 29. Mai 2008 im Rahmen der drupa 2008 in Düsseldorf startet.

Mit der Papierspende deckt MD Albruck rund ein Drittel der benötigten Papiermenge ab, die zur Herstellung der Lesestart-Materialien benötigt wird. 500.000 Lesestart-Sets, zu denen verschiedene Printprodukte zählen, werden im Laufe von zwei Jahren bundesweit über Kinderärzte im Rahmen der U6-Vorsorgeuntersuchung an Eltern und ihre einjährigen Kinder verschenkt. Insgesamt werden dafür rund 46 Tonnen Papier benötigt.

»Wir freuen uns sehr, dass neben zahlreichen Verlagen, sozialen Institutionen und Druck- und Papiermaschinen-Hersteller nun auch ein Papierfabrikant die Lesestart-Allianz vergrößert«, freut sich Dr. Markus Heering, Geschäftsführer des Fachverbands Druck- und Papiertechnik im VDMA, einem der Hauptsponsoren des Projektes.

www.vdma.org
www.lesestart-deutschland.de

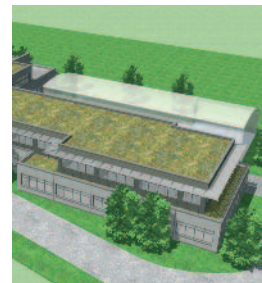


Klick-Flaute SCHATTEN ÜBER DER ONLINE-WERBEWELT

Die Online-Werbung hat ihr Wachstumspotenzial in manchen Regionen offenbar bereits ausgeschöpft. Glaubt man dem aktuellen Bericht des Marktforschungsunternehmens comScore könnten sich abflauende Klickraten seitens der Nutzer auf das Werbesegment auswirken. Im Januar waren die Klickraten auf Anzeigen beim Branchenriesen Google erstmals rückläufig, wie aus der Erhebung hervorgeht.

Die comScore-Daten zeigen einen Rückgang von 7% bei den Klicks auf Google-Anzeigen. Bislang waren Quartalszuwächse von rund 25% üblich. Damit scheint eine Abschwächung des Wachstums erreicht zu sein. Google selbst veröffentlicht keine Klickraten und hat das comScore-Ergebnis bislang nicht kommentiert. Sollten die Zahlen aber zutreffen, wäre dies ein herber Schlag für den Suchmaschinenriesen. Eine echte Bedrohung für die Online-Werbung sieht man hierzulande jedenfalls nicht. Im vergangenen Jahr verzeichnete der Gesamtwerbemarkt ein Plus von 7%, die Internetwerbung legte um 77% zu. In Deutschland entfielen 8%, in Österreich 2% des Werbekuchens auf den Bereich Online.

www.comscore.com
www.presstext.de



MBO baut ERWEITERUNG DER FIRMENZENTRALE

Der Falzmaschinenhersteller MBO hat am Standort Oppenweiler mit dem Bau eines Trainings- und Service-Zentrums mit einem Investitionsvolumen von rund 3,5 Mio. € begonnen. Die Einweihung ist für Ende des Jahres vorgesehen. Der zweistöckige Neubau wird eine Nutzfläche von insgesamt 1.700 m² haben und den Standort in Oppenweiler damit um rund 20% vergrößern. Bereits 2007 hat MBO seine Standorte in Philadelphia (USA) und Peking (China) erweitert. Manfred Minich, Sprecher der Geschäftsführung der MBO-Gruppe, kündigte an, auch das Werk in Porto (Portugal) auszubauen. Hintergrund sei das anhaltende Wachstum.

www.mbo-folder.de

DRUCKMARKTZAHLEN

3,9 Prozent
 mehr Umsatz als 2006 konnte der Buchhandel im letzten Jahr verzeichnen. Dabei ist der Hörbuch-Verkauf um 9,1% gewachsen, während Belletristik um 1,9% abnahm. Allerdings macht dieses Segment noch immer 29,6% des Handels aus.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels



Fujifilm baut neue Fertigungslinie

Investition von 96 Mio. € in eine neue CtP-Platten-Straße in Tilburg

Fujifilm wird die Produktionskapazität für Offsetdruckplatten im Werk Tilburg, Niederlande, erweitern. Die Baumaßnahmen sollen im Oktober 2008 und die Produktion ab Januar 2010 beginnen. Das europäische Werk zur Druckplattenproduktion ist einer von weltweit vier Standorten zur Produktion von Offsetdruckplatten, weitere befinden sich in Japan, USA und China. Die Investition von 96 Mio. € Euro in das Werk Fujifilm Manufacturing Europe B.V. erfolgt aufgrund der weltweit steigenden Nachfrage nach den Platten und dem Anspruch, das Material umweltverträglich zu produzieren.

Mit der Digitalisierung des Druckprozesses ist die Nachfrage nach Computer-to-Plate-Systemen und -Platten stark angestiegen. In jüngster Zeit ist zudem auch die Nachfrage nach CtP-Platten in Entwicklungs- und Schwellenländern gewachsen, ein Trend, der aller Erwartung nach anhalten wird. Aufgrund des steigenden Umweltbewusstseins in Europa, USA und Japan steigt auch die Nachfrage nach umweltverträglichen Produkten wie beispielsweise nach prozesslosen Platten (die keinen Abfall generieren, weil sie die Filmentwicklung überflüssig machen) und chemiefreien CtP-Platten (die aufgrund eines einfacheren Produktionsprozesses die Abwassermenge reduzieren).

Die neue Produktionsanlage wird die Fujifilm-Technologie MultiGrain zur Aufräumung der Plattenoberfläche einsetzen. MultiGrain ist eine Technologie, bei der vier Schichten mit unterschiedlicher Körnung feinsten Struktur auf die Oberfläche von Aluminium aufgetragen werden. Dies ermöglicht eine stabile Produktion qualitativ hochwertiger, High Definition CtP-Platten mit ausgezeichnete Standzeit und Konsistenz. Es erlaubt Fujifilm außerdem prozesslose und chemiefreie CtP-Platten zu produzieren, die eine besondere Produktionstechnik erfordern.

Im Hinblick auf künftige Entwicklungen wird es diese Investition Fujifilm ermöglichen, nicht nur die gestiegene Nachfrage nach CtP-Platten zu befriedigen, sondern außerdem dazu beitragen, Umwelteinflüsse zu reduzieren, weil die Produktion von umweltverträglichen Produkten in der Nähe der Abnehmer ausgebaut wird.

Fujifilm gehört seit langem zu den führenden Anbietern von Ausrüstung und Materialien für die Druckindustrie. Die neuerliche Investition führt die weltweite Entwicklung und Produktion einer umfangreichen Produktpalette fort. Hierzu gehören grafische Filme und CtP-Platten, Software und Plattenbelichter. Der Bereich Grafische Systeme soll im Unternehmen weiter ausgebaut werden und einen Beitrag zur Entwicklung der weltweiten Druckindustrie leisten.

➤ www.fujifilm.de



Ausschreibung

10. INTERNATIONALER SENEFELDERPREIS

Zu Ehren von Alois Senefelder, dem Erfinder der Lithographie, schreibt die Internationale Senefelder-Stiftung zum 10. Mal ihren Wettbewerb aus, mit dem besondere Leistungen auf dem Gebiet der künstlerischen Lithographie und ihrer Weiterentwicklung gewürdigt werden. Vorgesehen sind Preisgelder von 15.000 €. Einsendeschluss ist 1. August 2008. Die Auszeichnung der Preisträger findet am 6. November 2008, dem 237. Geburtstag von Alois Senefelder, im Büsing Palais Offenbach statt. Die Ausschreibung kann auf der Internetseite der Stiftung abgerufen werden.

➤ www.senefelderstiftung.com



Prospekte und Flyer

WEITER WICHTIGE WERBEFORM

Prospekt, Flyer und Postkastenerwerb – diese klassischen Werbemittel verteidigen noch immer ihre führende Position der Werbemittel. Nach einer Marktstudie geben 63% aller Konsumenten an, dass Prospekte und Flyer ihr Einkaufsverhalten »häufig oder gelegentlich« beeinflussen. Dabei wird der Prospekt oder der Flyer im Briefkasten bevorzugt. 64% finden Werbefinfos im Briefkasten gut, im Gegensatz zu nur 26%, die eine Prospektbeilage in der Zeitung goutieren. 38% lesen sich nach der Studie die Prospekte auch tatsächlich durch: Prospektverteilung und Flyer werden von der Zielgruppe effektiv genutzt.

➤ www.prospekt.de



12. Award

WER HAT DIE BESTE VERPACKUNG?

Verpackung ist Marke. Verpackung trägt dazu bei, Produkte und Marken bekannt zu machen und zu verkaufen. Zur Würdigung herausragender Beispiele faszinierender Verkaufsverpackungen aus Karton wird dieses Jahr zum 12. Mal der Pro Carton / ECMA Carton Award ausgeschrieben.

Bewerbungen können in den acht Kategorien Getränke, Süßwaren, Kosmetik, Pharma, Tabak, Shelf Ready und Display Packaging, Food und Non Food eingereicht werden. Zudem vergibt die Jury Sonderpreise für die Faltschachtel des Jahres, innovativstes Design und Nachhaltigkeit. Einsendeschluss ist der 13. Juni 2008.

Zur Teilnahme aufgerufen sind Faltschachtelhersteller und Kartonproduzenten, Markenartikler, Verpackungs- und Grafikdesigner, also kurz alle Unternehmen, die Verpackungen entwickeln und verkaufen. Wichtig ist, dass die eingereichten Arbeiten in den Jahren 2006, 2007 oder 2008 entwickelt und für den Markt produziert wurden. Die Gewinner werden im September beim Pro Carton Annual General Meeting in Marseille bekannt gegeben.

➤ www.procarton.de

➤ www.procarton.de/awards_2008.php

10 Jahre BIRKAN Dot-Master.





BIRKAN
since 1924

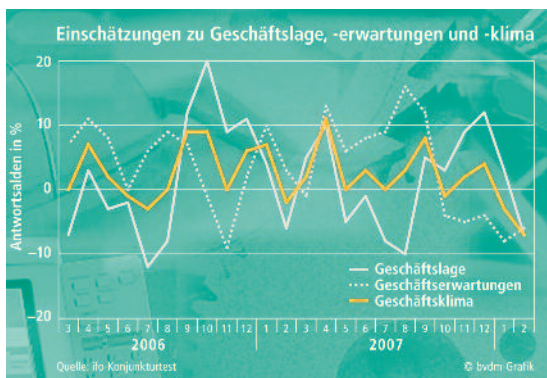

 Halle 9
 9B77

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



Druckindustrie BVDM-KONJUNKTURTELEGRAMM

Die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage fällt erstmals seit August 2007 wieder ins Negative: der Saldo aus positiven und negativen Antworten beträgt -7% und ist damit um 10% niedriger als im Vormonat. Das ist die Folge der Produktionsentwicklung im Vormonat, die nach Null im Januar im Februar auf -23% regelrecht abgestürzt ist. Die Nachfragesituation wird nach -7% im Januar und +16% im Dezember 2007 ebenfalls als deutlich verschlechtert eingeschätzt.



Auch die Auftragsbestände sinken nach -19% im Januar um weitere 10% auf -29% im Februar ab. 35% der Auskunftgebenden geben an, dass sie Druckerzeugnisse exportieren. Die Auslastung ihrer Exportmöglichkeiten beurteilen sie mit -13% zum fünften Mal in Folge weniger gut als im Monat vorher.

AUSSICHTEN: Das Geschäftsklima als Mittelwert aus der aktuellen Geschäftslage und den Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate ist ein Indikator für die Entwicklung im nächsten Quartal. Nachdem sich die Werte seit Juni 2006 überwiegend oberhalb der Nulllinie befanden (+2% im November; +4% im Dezember 2007), sinkt der Wert nach -3% im Januar 2008 im Februar weiter auf -7% ab, d.h. die Wirtschaftsentwicklung bleibt in einem unbefriedigenden Bereich. Im Februar 2007 lag der Wert bei -2%. Lediglich die Erwartungen für das nächste halbe Jahr bessern sich um 2% gegenüber dem Vormonat (-8% im Januar). 12% erwarten eine verbesserte, aber 18% eine verschlechterte Geschäftslage, 70% erwarten keine Änderungen. > www.bvdm-online.de

UPM UMSATZ UND ERGEBNIS RÜCKLÄUFIG

Der finnische Papierhersteller UPM Kymmene bleibt mit seinem Finanzergebnis für 2007 deutlich hinter dem Vorjahresergebnis zurück. Das Ergebnis belief sich für 2007 auf 483 Mio. € (Vorjahr: 536 Mio. €). Im Zuge der Umstrukturierung (Profitabilitätsprogramm 2006) wurde die Kapazität um 1,1 Mio. Tonnen reduziert und die Mitarbeiterzahl um 3.200 Personen reduziert. Nach Angaben des Unternehmens wirkten sich die hohen Kosten für Holz und Fasern sowie der starke Euro negativ auf das Ergebnis aus. Die Auftragslage bei Druck- und Magazinpapieren bewertet Jussi Pesonen, President und CEO von UPM, für 2008 jedoch als positiv. > www.upm-kymmene.com



Esko-Artwork GRADUAL SOFTWARE ÜBERNOMMEN

Esko-Artwork hat das ebenfalls im belgischen Gent ansässige Unternehmen Gradual Software übernommen. Gradual Software entwickelt Softwarelösungen wie Powerswitch, eine Anwendung zur Automatisierung alltäglicher Aufgaben in verschiedenen Bereichen des Publishing-Workflows. Sämtliche Mitarbeiter, das gesamte Vermögen sowie die Technologie des Softwareanbieters sollen in den Geschäftsbereich Enfocus von Esko-Artwork integriert werden. Peter Camps, Gründer, Aufsichtsratsvorsitzender und CEO von Gradual Software sowie Gründer und ehemaliger CEO der Enfocus Software, tritt dem Esko-Artwork Management als Senior Vice President Enfocus bei und wird den neuen Bereich leiten. Die Verschmelzung der beiden Unternehmen sieht Peter Camps als Chance, noch bestehende Angebotslücken für einen automatisierten Workflow zu schließen.

> www.esko.com



Edelmann-Gruppe DER WACHSTUMSKURS WURDE AUCH 2007 WEITER FORTGESETZT

Die Edelmann-Gruppe, einer der führenden Faltschachtelhersteller in Europa, hat im Geschäftsjahr 2007 einen Umsatz von rund 180 Mio. € erzielt. Dies entspricht einer Steigerung von 13,9% im Vergleich zum Vorjahr. Für das laufende Geschäftsjahr strebt die 1.350 Mitarbeiter zählende Gruppe einen Umsatz von 185 Mio. € an. Die Sparte Pharma erzielte daher 57% des Umsatzes, 40% erwirtschaftete die Sparte Premium, zu deren Bereich Faltschachteln für Kosmetik, Haarcolorationen, Süßwaren und Zigaretten zählen und 3% des Umsatzes entfallen auf die Sparte System, zu der das Geschäft mit der CEBOX, einer Faltschachtel mit eingezogener Verbundfolie, gehört. Im Jahr 2007 hat Edelmann 13,1 Mio. € in neue Maschinen und technische Anlagen investiert. So wurden 2007 unter anderem eine Achtfarben-Druckmaschine, eine Maschine mit Kaltfolientechnologie, eine Prägemaschine und eine neue CtP-Anlage in Heidenheim in Betrieb genommen. Eine Etikettieranlage wurde für die Braun Pharmadruck GmbH in Bitterfeld angeschafft. Neben den Investitionen in neue Technologien baute Edelmann für die Tochtergesellschaft Eldruk in Polen eine neue Werkshalle. 2008 wird das Investitionsvolumen der Gruppe abermals über 13 Mio. € betragen. Mehr als 6 Mio. € werden in den Bau des neuen Verwaltungsgebäudes in Heidenheim investiert. Durch die mit dem Neubau erzielte räumliche Verbindung von Verwaltung und Produktion im benachbarten Werk wird Edelmann ab Sommer 2008 sowohl von einer höheren Effizienz in den Arbeitsabläufen als auch von kürzeren Kommunikationswegen profitieren. Rund 60% des Umsatzes erwirtschaftete die Edelmann-Gruppe im vergangenen Jahr in Deutschland, 40% wurden im Ausland erzielt werden, vor allem in Polen, Großbritannien, Benelux, Frankreich und den USA. Mit bestehenden Beteiligungen verfügt der Faltschachtelhersteller über neun Werke in Deutschland, Frankreich, Polen und China.



Dierk Schröder, Sprecher der Geschäftsführung, bilanziert: »Die zunehmende Internationalisierung der Gruppe, aber auch die regionale Verteilung der Standorte in Deutschland, die kontinuierlichen Investitionen und die ständige Erweiterung des Leistungsspektrums bleiben neben stabilen Finanzen und motivierten, weitgehend langjährigen Mitarbeitern die Grundlagen für unser künftiges Wachstum.«

> www.edelmann.de



Strategien für Kundenbeziehungen

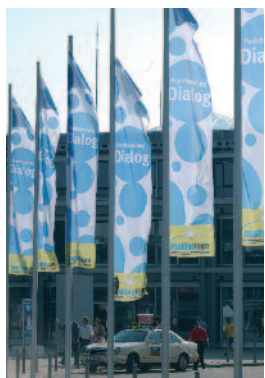
Mailingtage in Nürnberg: Fachmesse, Kongress und Workshops

NOCH NIE STAND DAS MARKETING so unter Druck wie heute. Die Werbeflut steigt, die Wahrnehmung sinkt, Marken verwässern, Milliarden versickern. Wirken sich dabei Werbe- und Direktmarketingaktionen signifikant auf Absatz- und Profitsteigerung aus? Mit dieser Frage eröffnet Friedhelm Lammoth, renommierter »Querdenker« des Direktmarketings, den Kongress »Treffpunkt Dialog«, der am 18. und 19. Juni 2008 während der Mailingtage in Nürnberg stattfindet. Darüber hinaus bietet der Kongress weitere Ideen und Anregungen für die erfolgreiche Kundenansprache von morgen.

»Der mailingtage Kongress ist ein Muss für alle Kommunikationsverantwortlichen in Unternehmen und Agenturen«, findet Roland Tannreuther von der Nürnberg Messe, bei dem die Gesamtleitung der Mailingtage liegt. Der neue Kongress soll jährliches Update und Trendausblick für das Direkt- und Dialogmarketing sein. Die 15 Fachvorträge sind in die drei Bereiche Trends, Strategien und Best Practice unterteilt. Ein kleiner Auszug aus dem Kongressprogramm zeigt die Bandbreite der Themenpalette. Zum Beispiel erläutert der Psychologe Dr. Christian Schreier, wie Hirnforschung das Marketing von morgen beeinflussen wird. Was sich hinter »Konsum Materialisten«, »modernen Performern« oder »kultiviert-vermögenden Neo-Ökos« verbirgt, erfahren Kongressteilnehmer in dem Vortrag »Ein Guide durch den Konsumentenschungel«. Florian Allgayer, Allgayer Media GmbH, beschreibt, wie Marketingverantwortliche Marktforschungsergebnisse interpretieren können und zu fundierten Kenntnissen über ihrer Zielgruppen gelangen, während Manfred Berger von Agenturscouts die Agenturen unter die Lupe nimmt.

Zudem finden während der Mailing-Tage parallel zur Fachmesse Workshops statt. In den jeweils vierstündigen Veranstaltungen wird Fachwissen zu Aspekten des modernen Direkt- und Dialogmarketings vermittelt. Ob Anregungen für Kundenbeziehungsmanagement durch Bonusprogramme, Tipps zum Adressmanagement und optimiertem Einsatz von Informationssystemen bis hin zu Crossmedia und Online-Responsemanagement etc. lässt dieses Programm fast keine Wünsche offen, wenn kompakte Informationen und der direkte Erfahrungsaustausch mit Experten und anderen Teilnehmern gesucht wird.

➤ www.mailingtage.de



Letzte gedruckte Ausgabe? BROCKHAUS FLÜCHTET INS INTERNET

Mit einer Verstärkung der Internet-Aktivitäten und einem Abbau von Arbeitsplätzen will der Brockhaus-Verlag den Verlusten bei den Nachschlagewerken entgegenwirken. »Zwar steht die Bilanz für das Jahr 2007 noch nicht fest, doch zeichnet sich ein Verlust in der Größenordnung von mehreren Millionen Euro ab«, teilte ein Unternehmenssprecher mit. Die Verlagsleitung denke über »umfassende Kostensenkungsmaßnahmen« nach und prüfe einen Personalabbau in der Größenordnung von um die 50 Stellen am Standort Mannheim. Die Gruppe beschäftigt bundesweit rund 450 Mitarbeiter, davon etwa 250 in Mannheim. »Die Marktanalysen zeigen eindeutig, dass die Kunden künftig Sachinformationen in erster Linie online nachschlagen werden«, berichtete der Sprecher. Die 21. Auflage der Brockhaus-Enzyklopädie war voraussichtlich die letzte – ab jetzt findet alles online statt. »Das kostenlose, werbefinanzierte Wissensportal soll am 15. April starten. In dem Internet-Angebot sollen neben den erweiterten Inhalten der Brockhaus-Enzyklopädie auch zahlreiche weitere Lexika des Verlags abrufbar sein.

➤ www.brockhaus.de



Heidelberg ONLINE-SHOP JETZT IN DEUTSCHLAND

Seit Ende Februar 2008 steht der Online-Shop der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH (HDD) Kunden in Deutschland zur Verfügung. Auf der Internet-Plattform können rund um die Uhr Heidelberg Serviceteile und Verbrauchsmaterialien bestellt werden. Bei der ersten Online-Bestellung bietet Heidelberg einen Nachlass von 10% auf eine breite Auswahl an Artikeln. Heidelberg führt solche Shops bereits in den USA und mehreren Ländern Europas. Die dort gesammelte Erfahrung wird jetzt auch im deutschen Markt eingesetzt. »Wir aktualisieren und erweitern unser Angebot ständig«, berichtet Werner Albrecht, Vorsitzender der Geschäftsführung der HDD. »Unsere Kunden finden für alle Verarbeitungsstufen von der Druckvorstufe bis zur Weiterverarbeitung die passenden Artikel auf einer einzigen Plattform.« Nach der Registrierung können über eine Katalogstruktur oder Schlagwortsuche die gewünschten Artikel gefunden und bestellt werden. Alle Aufträge bleiben im Benutzerkonto gespeichert und sind jederzeit abrufbar. Zudem können eigene elektronische Einkaufslisten erstellt werden.

➤ www.de.heidelberg.com



Achilles Gruppe POSITIVE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Die Achilles Gruppe hat im Geschäftsjahr 2007 einen Umsatz von 77,6 Mio. € erzielt. Damit lag der Papierveredler und Anbieter individueller Präsentationsprodukte aus Celle um zirka 2,6% über dem Vorjahresniveau. »Wir blicken an unseren 18 Produktionsstandorten im Inland als auch an den sechs Standorten im Ausland auf ein erfolgreiches Jahr zurück«, betont Geschäftsführer Thorsten Drews. Die Geschäftsentwicklung habe zur Schaffung neuer Arbeitsplätze geführt und stieg im letzten Jahr um 18 auf 565.

Insgesamt hat Achilles 2007 ein Investitionsvolumen im oberen einstelligen Millionenbereich bereitgestellt. Für 2008 plant Achilles rund 5 Mio. € für Investitionen in Produktionseinrichtungen, neue Technologien, die Erweiterung der Produktpalette und zur Qualifikation der Mitarbeiter. »Wir werden weiterhin kontinuierlich in den Ausbau unserer Standorte investieren, um unsere Kunden mit hochwertigen, mehrstufigen Veredelungen zu bedienen«, so Drews.

➤ www.achilles.de

