

Steigende Anzahl von Projektanfragen spiegelt leichte Marktbelebung wider

DD-UMFRAGE ZUM DRUCKMASCHINENMARKT ■ Laut BVDM-Konjunktur-Telegramm beurteilten viele Druckereien die allgemeine Geschäftslage im Dezember 2009 wieder etwas optimistischer als zuvor. Aber wie schätzen nun die Lieferanten dieser Druckereien, die Hersteller von Bogenoffset-Druckmaschinen und deren Vertriebsgesellschaften, das zurückliegende Kalender-Quartal sowie das erste Quartal 2010 ein? DD fragte nach.

■ **HEIDELBERGER DRUCKMASCHINEN.** Reginald Rettig, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH: „Mit Ausnahme des Monats Dezember, in dem wir einen sehr guten Auftragszugang in Deutschland hatten, mussten wir im gesamten zweiten Halbjahr 2009 einen deutlichen Rückgang im Absatz verzeichnen. In die Zukunft blicken wir mit verhaltenem Optimismus. Es gibt erste positive Anzeichen, aber für eine sichere Prognose ist es noch zu früh. Die Konjunktur wird sich vermutlich nur langsam und in kleinen Schritten erholen, sodass wir frühestens in der zweiten Jahreshälfte mit einer spürbaren Verbesserung der Lage rechnen.“

Für die Investitionszurückhaltung sehen wir im Wesentlichen zwei Gründe: Einerseits besteht im Markt nach wie vor große Verunsicherung über die Geschäftsentwicklung. Andererseits wurde in unserer Branche in Deutschland in den vergangenen Jahren recht kräftig investiert.

Dadurch gibt es für viele Druckereien derzeit keine direkte Notwendigkeit zur Anschaffung neuer Maschinen. Und schließlich spielen im Hinblick auf die Finanzierung auch die Banken mit der aktuell sehr restriktiven Kreditvergabe eine entscheidende Rolle.

Durch den erhöhten Preisdruck und dem daraus folgenden Kostendruck achten Druckereibetriebe heute immer mehr auf Transparenz in den betrieblichen Abläufen. Das Thema Prozessintegration gewinnt zunehmend an Bedeutung. Wir gehen davon aus, dass die Unternehmen verstärkt in Workflowlösungen wie Prinect investieren, um die Integration aller Produktionsstufen voranzutreiben.

Druckereien, die sich gut aufgestellt haben und mit modernem Equipment ausgestattet sind, werden die Krise meistern.“

■ **MANROLAND.** Thomas Hauser, Leiter Corporate Marketing und Kommunikation: „Eine der großen Herausforderungen in 2010 ist die immer noch fehlende Transparenz, wie sich der Markt entwickeln wird. Dennoch sind wir zuversichtlich. Manroland ist mit ihrem Produkt- und Dienstleistungsportfolio und effizienten Prozessen gut positioniert. Gleichzeitig sind wir solide finanziert und haben verlässliche Eigner im Hintergrund.“

Die Folgen der Finanzkrise hemmen sowohl die Investitionsbereitschaft unserer Kunden als auch die Kreditvergabe durch die Banken. Das trifft auch auf den deutschen Markt zu. Erfolge im Verpackungsbereich, die kürzliche Inbetriebnahme des ersten APL-Logistics-Workflow im Zeitungsdruck und ein anziehendes Projektgeschäft stärken jedoch unsere Zuversicht. Um die Wachstumschancen in einzelnen Regionen besser wahrnehmen zu können, haben wir unsere weltweite



Präsenz ausgebaut. Wir sind mit eigener neuer Marktorganisation in Südamerika, Südostasien, im Südlichen Afrika und in Australasia näher beim Kunden sowie mit dem Vertriebspartner Pasifik Trading in der Türkei vor Ort. Ein wichtiges Standbein ist weiterhin das komplette Dienstleistungsspektrum.

■ **KOENIG & BAUER.** Klaus Schmidt, Director Marketing/Corporate Communications: „Nach einem Zwischenhoch im zweiten und dritten Quartal 2009 hat sich das Geschäft mit Bogenmaschinen in Deutschland und anderen Ländern seit November wieder abgeschwächt. Dabei ist die Finanzierung von Projekten nach wie vor in vielen Fällen ein Problem. Wir bekommen Aufträge, aber der Auftragsvorlauf ist für eine kontinuierliche Auslastung der bereits deutlich reduzierten Kapazitäten an unseren Bogenoffset-Standorten weiter zu gering.“

Zudem haben sich leider unsere Befürchtungen hinsichtlich der Wirkung umfassender Staatshilfen für einzelne Marktteilnehmer bestätigt. Soviele „Vorführmaschinen“ wie derzeit zu nicht nachvollziehbaren Konditionen angeboten und verkauft werden, hat kein Hersteller. Einmal mehr zeigt sich, dass Staatshilfen in der bekannten Dimension zur Chancenungleichheit im Lieferantenwettbewerb und in der Druckbranche selbst führen. Wer bei Neuinvestitionen durch staatliche Kredite und Bürgschaften abgesicherte Sonderangebote zur Lagerräumung und Cash-Generierung nutzen kann, hat zumindest kurzfristige Vorteile gegenüber dem Kollegenbetrieb, der etwas früher unter normalen Wettbewerbsbedingungen bestellt hat. Das Problem für alle ist aber, dass parallel zum Preis-



verfall bei Neumaschinen auch der Wert der in den Druckereien vorhandenen Maschinen sinkt, der für viele Betriebe bei Neuinvestitionen oft die entscheidende Sicherheit gegenüber den Kreditgebern darstellt.

Im Segment Rollendruckmaschinen wurde in den letzten drei Monaten in Deutschland und Europa in Relation noch weniger investiert. Dies gilt für den Zeitungs- und für den Akzidenzbereich. Dabei wirkt sich die nach wie vor schwache Wirtschafts- und Werbekonjunktur negativ aus, ebenso durch Auflagenrückgänge und geringere Seitenzahlen derzeit oft nicht ausgelastete Druckkapazitäten und die verbreitete Unsicherheit hinsichtlich der weiteren konjunkturellen und Medienentwicklung. KBA konnte einige Aufträge, darunter eine 16-Seiten-Akzidenzrolle für einen westdeutschen Kunden, akquirieren, insgesamt aber deutlich zu wenige.

Nachdem bereits 2009 bei allen namhaften Herstellern eine mehr oder weniger deutliche Kapazitätsreduzierung eingeleitet wurde, werden die Themen Kurzarbeit und Personalanpassung KBA und die übrige Lieferindustrie 2010 weiter begleiten. Eine grundlegende Markterholung erwarten wir erst im Zuge eines deutlichen globalen Aufschwungs. Ob dieser schon im laufenden oder erst im nächsten Jahr kommt, ist noch unsicher.“

■ **KOMORI.** Wolfgang Wesseler, Geschäftsführer der Hubertus Wesseler GmbH: „Die Auswirkungen der weltweiten Finanzkrise beschleunigen den Strukturwandel in der Druckindustrie. Ein ohnehin seit Jahren stagnierender Markt sieht sich heute mit noch härteren Bedingungen konfrontiert und zukunftsweisende Strategien zur Differenzierung im Wettbewerb sind notwendiger denn je. Das gilt für Druckunternehmen und ebenso für Zulieferer und Hersteller. Die Hubertus Wesseler GmbH setzt dabei auf eine antizyklische Strategie.“

Wir haben im letzten Jahr trotz der Krise ein stabiles Umsatzniveau gehalten und uns gegen den Trend dazu entschieden mit Investitionen, zusätzlichem Personal und Umstrukturierungen im Service- und Vertriebsbereich den veränderten Bedingungen zu begegnen. Ich bin optimistisch, dass sich die im letzten Quartal gezeigte Erholung des Marktes fortsetzt. Wir sind gut auf-

■ **KOMORI.** Wolfgang Wesseler, Geschäftsführer der Hubertus Wesseler GmbH: „Die Auswirkungen der weltweiten Finanzkrise beschleunigen den Strukturwandel in der Druckindustrie. Ein ohnehin seit Jahren stagnierender Markt sieht sich heute mit noch härteren Bedingungen konfrontiert und zukunftsweisende Strategien zur Differenzierung im Wettbewerb sind notwendiger denn je. Das gilt für Druckunternehmen und ebenso für Zulieferer und Hersteller. Die Hubertus Wesseler GmbH setzt dabei auf eine antizyklische Strategie.“

Wir haben im letzten Jahr trotz der Krise ein stabiles Umsatzniveau gehalten und uns gegen den Trend dazu entschieden mit Investitionen, zusätzlichem Personal und Umstrukturierungen im Service- und Vertriebsbereich den veränderten Bedingungen zu begegnen. Ich bin optimistisch, dass sich die im letzten Quartal gezeigte Erholung des Marktes fortsetzt. Wir sind gut auf-

Wir haben im letzten Jahr trotz der Krise ein stabiles Umsatzniveau gehalten und uns gegen den Trend dazu entschieden mit Investitionen, zusätzlichem Personal und Umstrukturierungen im Service- und Vertriebsbereich den veränderten Bedingungen zu begegnen. Ich bin optimistisch, dass sich die im letzten Quartal gezeigte Erholung des Marktes fortsetzt. Wir sind gut auf-



Ich bin optimistisch, dass sich die im letzten Quartal gezeigte Erholung des Marktes fortsetzt.

Wolfgang Wessler, Hubertus Wessler GmbH

gestellt und darauf vorbereitet. Unterscheidungsmerkmale sind gefragt, markadäquate, hochqualitative Produkte und dazu ein erstklassiger Service.

Jedoch ist der Markt weiterhin geprägt von Zurückhaltung, wobei der Auftragsbestand sehr zufriedenstellend ist. Allgemeine Hauptkonfiguration derzeit: 5 Farben + Lackwerk.“

Peter Reiter, Geschäftsführer Grafitech GmbH: „Die Umstellung auf Komori-Druckmaschinen ist uns sehr gut gelungen und wir sind mit der Geschäftsentwicklung zufrieden. Fast alle unsere bisherigen Kunden sind uns treu geblieben und wir konnten eine ganze Reihe von Neukunden gewinnen, zu denen wir vorher keinen Zugang hatten.

Unsere Zahlen im letzten Quartal 2009 liegen deshalb über dem vergleichbaren Vorjahreszeitraum. In das Jahr 2010 sind wir gut gestartet und wir erwarten eine deutliche Steigerung zum ersten Quartal 2009. Die größte Investitionsbereitschaft sehen wir derzeit bei mittleren und großen Druckereien, da hier Investitionen eher mittel- und langfristig, unabhängig von konjunkturellen Schwankungen geplant werden.“

■ **RYOBI.** Dr. Horst Steppat, Geschäftsführer der RGI Deutschland GmbH: „Der Zurückhaltung im Kaufverhalten der Druckereien ist Illies

Graphik, als Ryobi-Generalimporteur, in den letzten Monaten durch diverse Angebote begegnet: Dazu zählen kosten-, energie- und platzsparende Offsetdruckmaschinen im Zwei-, Vier-, beziehungsweise Achtseitenformat, die auf eine sehr positive Resonanz gestoßen sind und zu einer ganzen Reihe von Verkaufsabschlüssen geführt haben. Eine deutlich steigende Anzahl von Projektanfragen spiegelt schon jetzt eine Marktbelebung wider.

Demzufolge erwarten wir in den nächsten Monaten eine weitere Zunahme von Vertragsabschlüssen. Um der restriktiven Kreditvergabe der Kreditinstitute zu begegnen, empfehlen wir Druckereien, ein überzeugendes Geschäftsmodell als kundenorientierter Lösungsanbieter zu präsentieren. Investitionen sollten sich an der jeweiligen Kunden- und Auftragsstruktur orientieren und ebenfalls Flexibilität und Wachstum ermöglichen.“

Redaktion: Frank Lohmann

Screen überarbeitet 8-up-Thermobelichterserie

OEM-Reihe Agfa Graphics Avalon N8 entsprechend neu

■ Mit der Platerite-8000N-Serie hat Screen ab sofort die nächste Generation seiner 8-Seiten-Thermobelichter im Programm. Die Geräte sollen bis zu 28 Prozent weniger Energie verbrauchen, verarbeiten auch chemiearme Druckplatten und stehen vom Einstiegsmodell bis hin zum High-endsystem zur Verfügung.

In der Produktionsgeschwindigkeit konnte man sich steigern: So fertigt der neue Platerite 8000N-S zum Beispiel 36 Druckplatten im Format 1030 x 800 mm statt bisher 32. Das minimale Plattenformat beträgt 304 x 370 mm.

Auch die Peripheriegeräte (beispielsweise der Autoloader) wurden laut Screen in Sachen Energieeffizienz und Geschwindigkeit überarbeitet. An welchen Stellen genau der japanische Hersteller den Energieverbrauch im CtP-Gesamtsystem optimieren konnte, wurde allerdings nicht bekannt. Fest steht jedoch, dass die Plattenrekorder erstmals auf der Ipex 2010 live gezeigt werden.

Schlüssigerweise bringt auch Agfa Graphics noch in diesem ersten Quartal 2010 die Avalon-N8-Belichterfamilie überarbeitet auf den Markt. Für das OEM-Produkt gibt Agfa Graphics bekannt, dass (nachrüstbar) 0,40er-Plattenstärken verar-



Energiesparmaßnahmen und Produktivitätssteigerungen standen im Mittelpunkt der Weiterentwicklung des 8-up-Platerite hin zur 8000N-Serie.

beitbar sein werden und die interne Registerstanze an- und ausgeschaltet werden kann, um auch für Rotationsanwendungen gerüstet zu sein. Zudem bietet ein neues Remote User Interface namens „Stay in touch“ eMail-Messaging und ein Interface für Maschinendaten.

Drucksysteme konform mit ISO-Norm 12647

Ricoh Pro C900 Fogra-zertifiziert

■ Die Ricoh Pro C900 ist – in Kombination mit dem EFI-Fiery-System-8-Server und dem Tecco-Laser-CS130-Papier – von der Fogra Forschungsgesellschaft Druck e.V. als Validation Printing System zertifiziert worden.

Damit wird dem digitalen Produktionsdrucksystem bestätigt, die Kriterien des ISO-NWIP-12647-8-Standards zu erfüllen. Der ISO-Standard 12647 legt messbare Verfahrenskriterien für unterschiedliche Druckprozesse wie Bogen- und Rollenoffset, sowie Zeitungs- und Digitaldruck fest. Zu den Prüfkriterien gehören unter anderem die Papiertonsimulation, der Glanz des Druckmaterials sowie die Farbbeständigkeit, Lichtechtheit, Abriebfestigkeit und Farbpräzision.

Das Drucksystem Ricoh Pro C900 hat eine Leistung von 90 Farbseiten/min und verarbeitet laut Hersteller auch schwere Medien. Die Auflösung liegt bei bis zu 1200 dpi und über die Colorwise-Pro-Werkzeuge wie Kalibrierung, Kundenprofil-erstellung und Zusatzfarbabweich lassen sich die Druckfarben steuern. Zur Automatisierung des Produktionsablaufes lässt sich das System optional mit einer Reihe von Endverarbeitungsmöglichkeiten ausstatten, wie beispielsweise 3000-Blatt-Finisher mit 100-Blatt-Hefter, Lochereinheit, Plockmatic-Bookletmaker, Sattelhefteinheit, GBC-Stream Punch III sowie Z-Falzeinheit.

Pumpe für UV-Farben und -Tinten neu

Kolbensystem von Aro Fluid

■ Der Geschäftsbereich Aro Fluid Technologies von Ingersoll Rand Industrial Technologies hat eine UV-Farben- und -Tintenpumpe für den Transfer von UV-Farben mit mittlerer oder hoher Viskosität entwickelt. Da UV-Farben aufgrund ihrer chemischen Zusammensetzung mit dem Einsatz von Fotoinitiatoren sehr leicht kristallisieren, war ein effizienter Transfer bisher schwierig. Mischung und Transfer mussten in aller Regel manuell erfolgen. Die Entwickler haben eine Kolbenpumpe produziert, die ausdrücklich dafür konzipiert wurde, die Wärmeentwicklung gering zu halten und einen Transfer der UV-Materialien zu erlauben. Die Pumpe verringert die Betriebskosten in der chemischen Verarbeitung sowie der Druck- und Verpackungsindustrie laut Hersteller merklich, da sie den Transfer von UV-Farbe, UV-Tinte und anderen Flüssigkeiten automatisiert.



Die neue UV-Farben-Pumpe von Aro Fluid.