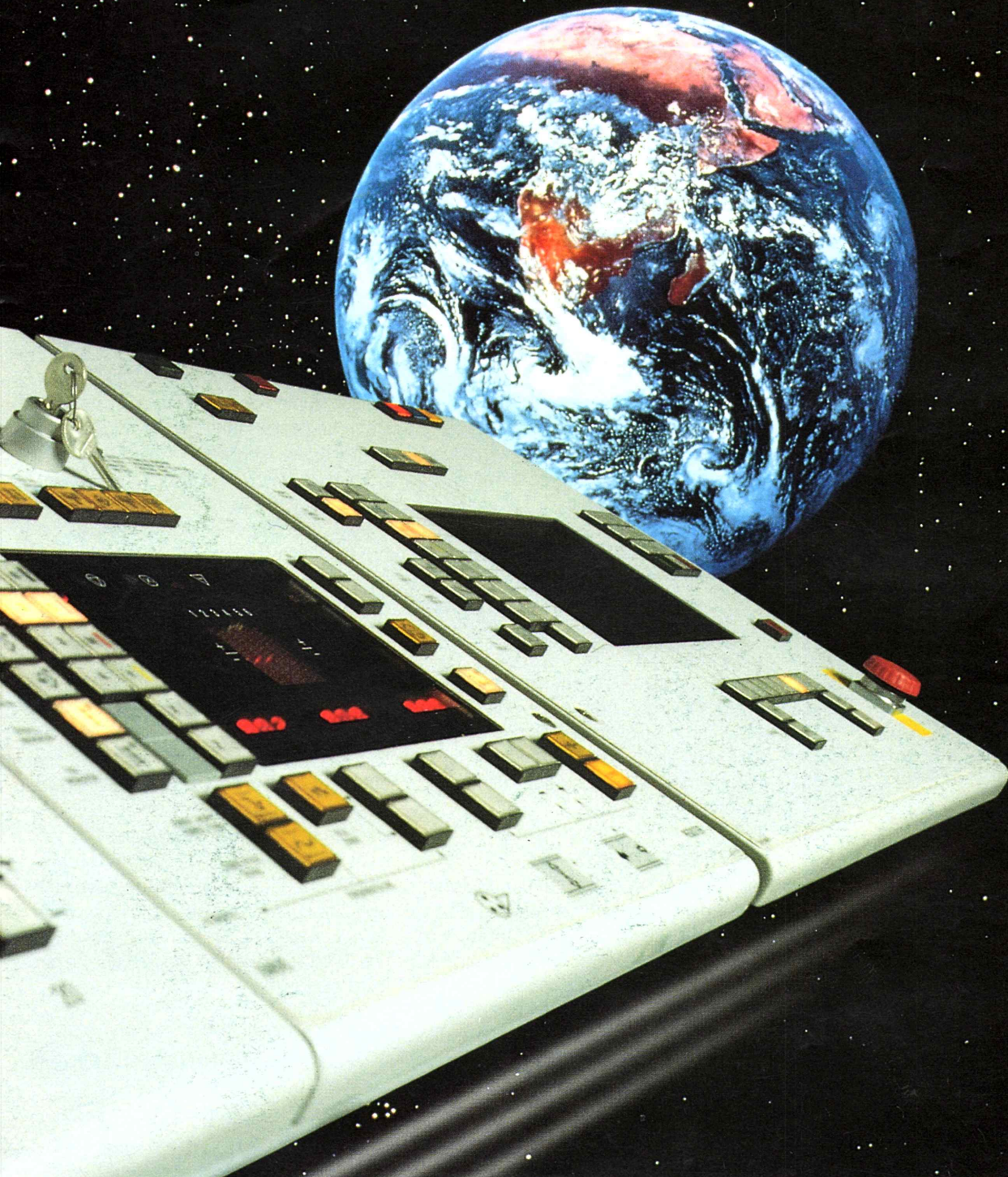


# EAC MAGAZINE

4/NOVEMBER 1991



En Vinder-kombination	2
EAC Plumrose ekspanderer	3
Berlin som »hjemmemarked«	4
Førende kødproducent	5
Tema: ØK's grafiske verdensbillede	



Dr. Wolfgang Zimmermann  
– 30 år i den grafiske branche.

Heidelbergs dr. Zimmermann	6
Chicago: PRINT 91	10
Nye grafiske markeder	13
»EAC House« i UK indviet	14
EAC Transport i Australien	15
Bloch & Behrens kæmmer uld	16
Insider-handel	17
Vindmølle-energi	18
EAC Spots	20
Fødevarermesse i Köln	24

## EAC EAC MAGAZINE 4/1991 NOVEMBER 1991 ÅRGANG 34

### UDGIVET AF:

A/S Det Østasiatiske Kompagni  
Holbergsgade 2  
1099 København K

### REDAKTION:

Claus Arboe-Rasmussen (ansvarshavende),  
Geert Bruun, Erik Ljunggren, Erik Piil Clausen,  
Gertie Steincke, Christine Gottschalch og  
Frits van Wyk-Knudsen (redaktør)

### REDAKTIONENS ADRESSE:

EAC MAGAZINE  
A/S Det Østasiatiske Kompagni  
Informationsafdelingen  
Holbergsgade 2  
1099 København K  
Telefon 35 27 27 27  
Telefax 33 32 83 53

TRYK: Bonde's, København

### FORSIDE:

ØK's grafiske aktiviteter er under konstant udvikling med hele jorden som markedsplads.



Heidelbergs M-Offset seks-farve trykkemaskine blev demonstreret på PRINT 91 i Chicago.

# En grafisk vinder-kombination

Vinder-kombinationen var Heidelberg USA og Heidelberg Harris' motto på den store grafiske udstilling PRINT 91 i Chicago i efteråret. Dette motto har Heidelberg Eastern Inc., EACgraphics' amerikanske organisation, levet op til i år.

EACgraphics, der er verdens førende distributør i den grafiske branche, har hovedvægten af sine aktiviteter placeret i Fjernøsten, Nordamerika og Skandinavien, men har for nylig også sat Australien og New Zealand på markedskortet.

I foråret overtog divisionens danske virksomhed, Erik Levison ApS, den samlede markedsføring af Linotype-Hells produkter i Danmark. I forvejen havde man allerede agenturet for Linotype og fik nu også tilført Hells farve-scannere.

### PRINT 91 REKORD

I løbet af otte dage i september fik divisionens amerikanske virksomhed, Heidelberg Eastern, rekordsolgt for USD 51 millioner på PRINT 91 i Chicago. Det var Amerikas hidtil største grafiske udstilling, og salget gav forhåbentligt samtidig et fingerpeg om en mere positiv udvikling i det amerikanske forretningsklima.

### DET SKANDINAVISKE MARKED

Den 30. september udvidede divisionen aktiviteterne på det skandinaviske marked gennem overtagelsen af AB Gust Carlsson & Co., Stockholm. Denne virksomhed omsætter for en kvart milliard DKK i Sverige og har knapt 100 medarbejdere i Stockholm og Malmö. Dertil kommer at synergi-effekten til Erik Levison ApS i Danmark kan udnyttes optimalt.

### GRAFISK 'DOWN UNDER'

Slutteligt kan nævnes, at EACgraphics i oktober bekendtgjorde, at man fra det kommende årsskifte for første gang etablerer sig i Australien og New Zealand. Her har divisionen opnået eneforhandling af de tyske Linotype-Hells produkter.

I dette nummer af EAC Magazine sættes fokus på PRINT 91 og ØK's grafiske verdensbillede. Endvidere er der et eksklusivt interview med den grafiske branches 'grand old man', dr. Wolfgang Zimmermann, der netop har forladt topposten hos Heidelberg Druckmaschinen.

# Plumrose udvider i Europa og Sydamerika

**P**lumrose Division ekspanderer kraftigt i Europa og Sydamerika. Divisionen har inden for de seneste måneder overtaget Schorfheider Fleischwerke nord for Berlin i Tyskland samt Venezolana Empacadora C.A. i Caracas, Venezuela. I forvejen driver Plumrose virksomhederne Plumrose-Böcklunder og Sandstede i Tyskland samt I.E.N.C.A. i Venezuela.

## METROPOLER

I begge tilfælde drejer det sig om markante udvidelser, der placerer Plumrose som én af de førende fødevarer-producenter og -distributører i henholdsvis Tyskland og Venezuela. Begge markeder udgør metropoler for vækstudviklingen i de respektive verdensdele. Ved overtagelsen af virksomhederne blev Plumrose Division tilført en øget omsætning på omkring DKK 1,5 mia. Divisionen runder dermed en årsomsætning på DKK 5,5 mia.

## GLOBAL STRATEGI

EAC Plumrose Divisions leder, administrerende direktør Jan H. Laursen, fortæller, at det er længe nærere ønsker om udvikling i de to verdensdele, der nu er realiseret.

- I divisionens globale strategi tilstræber vi en dominerende position i de respektive markeder, hvor vi er engageret, fortsætter Jan H. Laursen.

Med overtagelsen af Venezolana Empacadora øger Plumrose markedsandelen til ca. 45 procent i Venezuela sammenlagt med den hidtidige aktivitet i I.E.N.C.A, Venezuela.

Med købet af Schorfheider placerer Plumrose sig samlet blandt de førende tyske virksomheder for kødforædling. Markedsandelen på hele det tyske marked for pølse-produkter er således over 20 procent, men positionen er især styrket inden for skinke- og charcuteri-varene med indlemmelsen af Schorfheider i Plumrose.

## FOKUS PÅ PLUMROSE

På de næste sider i dette magasin fortæller vi mere om de nye medlemmer af 'Plumrose-familien'. Med denne markante udvidelse af aktiviteterne kan det allerede nu oplyses, at EAC Magazine i en senere udgave vil indeholde detaljerede tema-sider om divisionens samlede, verdensomspændende aktiviteter.

*Adm. direktør, Jan H. Laursen, præsenterer nogle af de mange nye produkter, der på det sidste er føjet til aktivitetslisten. Her gælder det produkter fra Schorfheider, Eberswalde.*



# Berlin er 'hjemmemarkedet'

**B**erlin bliver som kommende regeringsby i mange sammenhænge et midtpunkt i Tysklands aktuelle udvikling. Og med ét slag er EAC Plumrose placeret lukrativt strategisk ved overtagelsen af Schorfheider Fleischwerke, der er ligger i den lille by, Britz, i Eberswalde Landrat kun 80 km nord for Berlin.



*Medarbejderne på Plumrose-Schorfheider er stærkt engageret i tilpasningerne til de nye produktions- og kvalitetskrav.*

stilles såvel til kvalitet som leveringskapacitet. I øvrigt har virksomheden opnået godkendelse som eksportør til hele EF.

## TILPASNINGER

Schorfheider er den mest moderne forædlingsvirksomhed i det tidligere DDR. Plumrose overtog dermed et produktionsapparat på et temmelig højt, teknologisk niveau - og så sammenlignet med vestlig standard. Alligevel kræves der væsentlige investeringer for at øge kapaciteten og imødekomme miljøkrav. Der er lagt et investeringsprogram på ca. DEM 60 mio. over de næste fire år. Den totale ændring af det politiske system slår selvfølgelig også igennem i en virksomhed af denne art.

Antallet af medarbejdere er tilpasset de markedsøkonomiske realiteter løbende. For et år siden var der ansat næsten 2.500 medarbejdere. Den aktuelle medarbejderstab er på ca. 1.600. Det kan næppe undgås, at der sker yderligere tilpasning, men til gengæld håber Plumrose-ledelsen, at øget produktion og salg vil slå igennem med en ny udvidelse af medarbejderstaben. Råvarerne til slagteriet er hidtil blevet leveret fra kollektive, statsdrevne landbrug. Også her skal der ske tilpasning på basis af private tiltag i konkurrence med leverandører fra andre dele af Tyskland og det øvrige EF.



*Salgs- og marketingdirektør Hans G. Guthold: – Berlin er hjemmemarkedet, hele Europa vor handelsplads.*

## EUROPA

Berlin kan derfor betragtes som Plumrose-Schorfheiders hjemmemarked, men mulighederne går betydeligt videre.

- Vi lægger vægt på den synergi, vi nu kan opnå i produktion og salg fra vor ny virksomhed i Berlin med Plumrose-Böklunder ved Hamburg og Sandstede ved Bremen, siger et af medlemmerne i Plumroses ledelsesgruppe for Plumrose-Schorfheider, direktør Svend Aa. Mønsted. Han udgør sammen med den tekniske direktør, Peter Vammen, samt salgs- og marketing direktør Hans G. Guthold den daglige ledelse af virksomheden i Eberswalde.

- Vi er nu på plads til at tage del i det store, indre europæiske marked, tilføjer Hans G. Guthold. Vi lever op til de enorme krav, der

## MILLIARD-OMSÆTNING

Plumrose Division omsætter nu ca. DKK 1,7 mia. i Tyskland, og de tre virksomheder beskæftiger samlet ca. 2.500 medarbejdere.

Plumrose startede sin virksomhed i det daværende Vesttyskland i 1970 ved overtagelsen af Böklunder-fabrikken i Nordtyskland. Det er dog først i den seneste tid, kapaciteten er øget geografisk og produktionsmæssigt med købet af Sandstede-fabrikken i Edewecht nær Bremen sidste år og nu Plumrose-Schorfheider ved Berlin.

**V**enezolana Empacadora C.A. (Venpackers) i Caracas, Venezuela, var inden Plumroses overtagelse den største konkurrent til divisionens virksomhed, IENCA, i Venezuela. Den forhenværende konkurrent markedsfører sine produkter under de meget kendte varemærker 'Oscar Mayer' og 'Louis Rich'. Mærkerne er prisførende og kendetegnende for forædlede kødprodukter af meget høj kvalitet.

Virksomheden vil fortsat markedsføre sine produkter under disse varemærker, der navnlig ses i kølediskene i alle gængse forbrugerpakninger.

Integrationen af de to virksomheder, der bliver Venezuelas absolut ledende kødindustri, betyder, at der frigives meget betydelige synergimuligheder i markedsføring, produktion og distribution. Under varemærkerne Plumrose og Oscar Mayer vil virksomheden blive markedsleder indenfor såvel konserves som charcuterivarer og i særdeleshed for pølseprodukter.

#### **MODERNE**

Ligesom IENCA er Venpackers en moderne slagteri- og forædlingsvirksomhed med 800 medarbejdere, som tilfører Plumrose en årlig omsætning på DKK 250 mio.

Divisionens samlede omsætning i Venezuela vil herefter runde én milliard DKK på årsbasis. Den samlede medarbejderstab er ca. 2.400.

# Overtager konkurrent i Venezuela



Venpackers indgår som en del af Plumrosegruppen i Venezuela under ledelse af direktør Bent U. Porsborg, IENCA.

*Aftalen om overtagelsen af Venpackers er på plads, og adm. dir. Jan H. Laursen er parat til at skrive under overvåget af Venpackers's repræsentant, direktør Héctor Caram-Andruel.*

*Plumroses juleskinke er meget kendt i Venezuela, men den tidligere konkurrent har også markedsført et lignende populært produkt, som det fremgår af denne annonce.*



# Heidelbergs dr. Zimmermann ser tilbage på 30 år i den grafiske branche



**Dr.** Wolfgang Zimmermann, Heidelberg Druckmaschinen AG, trak sig 1. oktober tilbage efter mere end 30 års tjeneste i virksomheden – heraf de fleste i ledelsen. ØK's informationschef Claus Arboe-Rasmussen mødte ham på PRINT 91 til dette afskedsinterview.

**Hvordan begyndte samarbejdet mellem Heidelberg og ØK. Man siger, det går helt tilbage til 1954 og til en tigersafari i Indien!**

Adskillige versioner af denne historie er dukket op i tidens løb. Men det er korrekt, at ØK og Heidelberg fandt sammen på dette tidspunkt, og at det resulterede i en meget betydelig stigning i aktiviteterne. Dengang var Indien et fuldstændig åbent marked, og efterspørgslen på vor Heidelberg Platen Press var enorm.

Hvad safari-historien angår, handler den om mødet mellem to direktører, der begge var lidenskabelige jægere. Den ene lever stadigvæk, nemlig T. Wøldike Schmith, som jeg kender godt. På det tidspunkt var han ØK's filialbestyrer i Karachi. Den anden var naturligvis dr. Sternberg. De to herrer var sammen på tigerjagt i 1954, og under jagten modtog Wøldike Schmith et telegram fra ØK's Hovedkontor i København med anmodning om at returnere med det samme. Dr. Sternberg var skuffet og sagde til ham: – Hvorfor lader du ikke som om, dette telegram først kommer i morgen. Så kan vi fortsætte jagten i aften! Men jeg tror, Wøldike Schmith efterkom anmodningen og tog tilbage til Danmark. Dr. Sternberg derimod fortsatte jagten og nedlagde ikke kun én – men to tigre! Så med

andre ord nedlagde han også den tiger, som var tiltænkt Wøldike Schmith.

### Dr. Zimmermann, hvornår kom De i forbindelse med Heidelberg?

Den 1. januar 1960. Jeg var 30 år gammel og havde studeret jura i Tyskland og Amerika. Ved min hjemkomst fra Amerika arbejdede jeg som advokat i Mannheim, og senere hen gik jeg ind i den farmaceutiske industri i Köln. Jeg fik tilbudt adskillige jobs. Det, som interesserede mig mest, var nye arbejdsområder, og jeg følte, der var større muligheder i mindre firmaer. Det var hovedårsagen til, at jeg kom i berøring med den grafiske industri.

I ens liv tager man to vigtige beslutninger. Først skal man finde en kone, og dernæst gør man op med sig selv, hvor man ønsker at sætte sin karriere i forretningslivet. Mit tredje job var hos Heidelberg, og i løbet af kort tid – jeg tror fire år – blev jeg medlem af direktionen med ansvar for administrationen, som omfattede bl.a. personale, økonomi og investering. Jeg arbejdede tæt sammen med dr. Sternberg, og da han forlod virksomheden i 1972, overtog jeg salgsfunktionerne. Det var på det tidspunkt, hvor en ny, ung generation tog over, og vi begyndte at føre vore nye idéer ud i livet.

### Var De ikke meget ung, da De blev medlem af direktionen?

Jo, når virksomhedens størrelse og betydning tages i betragtning var jeg på det tidspunkt det yngste direktionsmedlem i hele Tyskland, tror jeg.

### Hvor i USA arbejdede De?

Jeg færdiggjorde mine jurastudier på Yale University og arbejdede derefter på et advokatkontor i Wall Street. Senere blev jeg tilbudt et professorat i 'comparative law' ved University of Dallas. Det var et meget smigrende tilbud i 1953, idet jeg fik tilbudt USD 15.000. Jeg var virkelig fristet, men da min doktorafhandling netop var blevet antaget af universitetet i Heidelberg, og jeg ydermere havde 'tabt mit hjerte i Heidelberg', tog jeg tilbage og giftede mig, fik min doktorgrad og besluttede at starte min karriere i Tyskland.

### Kommer Deres kone også fra Heidelberg?

Ja, fra omegnen af Heidelberg. Vi mødte hinanden på universitetet, hvorfra hun har eksamen i fransk og engelsk.



### I dette imponerende karriereforløb må der være særlige begivenheder, som De mindes.

Når man ser 30 år tilbage i tiden, har der naturligvis været situationer med både medgang og modgang. Til den sidstnævnte kategori hører 1972, det år hvor vi var tvunget til at foretage nogle meget drastiske ændringer. Bl.a. skulle der udformes en ny marketingstrategi for virksomheden. Vi var stadigvæk meget stærke på bogtryk siden, men min forgænger havde desværre betragtet 'offset' teknologien som et 'stedbarn'.

Vi besluttede derfor at skabe en fuldstændig ny serie af offset trykkemaskiner og i første omgang koncentrere kræfterne om maskinen, der trykkede på papirark i størrelsen 70x100 cm. Den fik navnet 'Speedmaster' og blev første gang vist offentligt på PRINT '74 i Chicago.

Jeg husker stadigvæk prototypen, vi havde fremstillet. På et møde diskuterede vi for og imod at udstille den nye trykkemaskine i Chicago. 'Lad os gøre det', sagde jeg til slut, og den blev fløjet til Chicago med en masse ekstra udstyr. Den blev installeret om natten, sat i gang, og den fungerede perfekt. Det var sådan, 'Speedmaster' blev introduceret.

I dag er 'Speedmaster' en af Heidelberg's vigtigste 'hjørnesten', hvad salg og profit angår. Omsætningen i denne serie alene beløber sig til mere end én milliard D-mark. Markedsføringen af 'Speedmaster' vil jeg kalde én af Heidelberg's succes-historier.

Andre højdepunkter var udvidelsen af Heidelberg i 1980'erne og opkøbet af Harris i 1988, hvilket bl.a. gjorde os til den førende leverandør af 'web trykkemaskiner'.

Den seneste begivenhed af skelsættende betydning har været valget af ny fabriks-

grund. Forskellige muligheder i USA, Frankrig og Østrig var under overvejelser og også i det østlige Tyskland efter genforeningen. Valget faldt på Brandenburg nær Berlin, hvor de første spadestik til den ny fabrik allerede er taget. Den forventes at stå færdig i løbet af de næste 2-3 år.

### Forudser De, at computeren vil gøre menneskelig indsats overflødig – f.eks. i forbindelse med maskintilslutning for et perfekt farvetryk?

Helt tilbage til perioden da vi udviklede 'Speedmaster', sammensatte vi mekaniske og elektroniske komponenter, og udtrykket 'mechatronics' opstod. For Heidelberg var 'CPC'eren det første store fremskridt, og på DRUPA 90 introducerede vi videreudviklingen – 'CP Tronic', og Heidelberg er i dag den eneste producent i verdenen af en fuldt digitaliseret trykkemaskine. Tusindvis af funktioner kontrolleres af 'følere' inde i maskinen. Vi har en idé om, at fremtidens trykkemaskine vil blive udviklet derhen, at den bliver 'hjernen' i trykkeriet. Trykkeren vil simpelthen være i stand til at forbinde sit 'kommercielle' edb-system til trykkemaskinen og dermed skabe et integreret netværk omfattende hele trykkeriet.

Uden chippen ville det ikke være muligt at fremstille dagens moderne trykkemaskiner, og hvis man sammenligner kvaliteten og prisen på tryksager med det, der blev produceret for 10, 20 eller endog 30 år siden, er der sket en enorm udvikling.

### Teknisk er det nu muligt at kommunikere direkte fra computeren til trykkemaskinen og derved undgå trykpladedelen. Hvilken betydning vil dette få for den videre udvikling?

På PRINT 91 i Chicago viste vi en ny skelsættende trykkemaskine i funktion – 'GTO-DI'. Den tilhørende computer sender informationerne direkte til trykpladerne, og derved undgås film-processen. Jeg mener, det er et teknisk gennembrud, men det vil tage tid at udvikle processen kommercielt. På lang sigt er mulighederne dog gode.

### Men vil denne metode være ligeså god som den gamle?

Jeg vil ikke sige den 'gamle' men nuværende metode. Der er stadigvæk visse begrænsninger i kvaliteten, men den er god nok til de nuværende formål. Og vi har forbedret kvali-

teten betydeligt i løbet af de senest 12 måneder. For 80 procent af de 'almindelige' jobs, f.ex. annoncer, brochurer og service bøger, er kvaliteten acceptabel, men når det kommer til kundernes krav om Heidelbergs topkvalitet, så er der stadigvæk et stort spring. Så vi må nøje overveje, hvilket markeds-segment vi ønsker at pleje. Vi må for alt i verden ikke 'over-sælge' denne trykkemaskine på nuværende tidspunkt.

Men ikke destomindre er det et teknisk gennembrud, og som det var tilfældet med 'CP Tronic', beviser det igen Heidelbergs tekniske førerposition.

### **Men måske har Heidelberg nået det punkt, hvorfra det er vanskeligt at udvikle teknologien yderligere. Hvor langt kan man virkelig udvikle trykkemaskinen – der må være en grænse!**

Afgjort nej! Der er ingen ende på de teknologiske fremskridt. Men vi kan naturligvis kun se 10 eller 15 år frem. I 70'erne og 80'erne forudsage mange af eksperterne, at vi var på vej til det papirløse kontor, og at trykning ville blive gjort overflødig. I dag har vi det elektroniske medie, men der er aldrig blevet trykt så meget som nu. I virkeligheden er væksten inden for trykning højere end væksten i nationalproduktet. Med andre ord – udviklingen af trykkemaskinen vil fortsætte, og 'offset' processen vil vedblive med at være førende. Balancen mellem farve og vand er stadigvæk det kritiske punkt, men der findes metoder, hvorved man kan reducere eller helt eliminere vand eller erstatte alkoholtilsætninger. Hastigheden på maskinerne vil også blive øget samtidig med, at kontrollen gøres lettere. Som jeg nævnte tidligere, trykkemaskinen bliver måske 'hjernen' i hele driften.

### **Kan det hænde, at vi en dag ser en trykkemaskine uden 'bemanding'?**

Det er muligt, men om det er ønskeligt, er et andet spørgsmål. For 5-6 år siden, da vi udviklede 'CPC' og 'CP Tronic', skulle vi tage stilling til dette spørgsmål. Jeg mener, det forurenende og rutineprægede arbejde skal udføres af computeren og automatiske systemer, men der skal selvfølgelig være en tekniker tilstede for at overvåge maskinen. Der vil trods alt opstå tilfælde, hvor man ikke skal overlade det til maskinen, at tage 'afgørelsen'. Tag f.eks. den store rulle-trykkemaskine. Vi har med vilje undladt at gøre den fuldstændig uafhængig af menneskelig over-

vågning. Der kan jo opstå situationer, hvor menneskelig indgriben er nødvendig.

Så er der også et andet synspunkt at tage hensyn til. Disse trykkemaskiner er del af produktionsapparatet, og især i Tyskland og det øvrige Europa følger fagforeningerne meget nøje automatiseringsprocesserne i industrien. På et meget tidligt tidspunkt under udviklingen af vore trykkemaskiner havde vi diskussioner med fagforeningerne, hvor vi sagde: – I må ikke være unødigt bekymrede. Vi ønsker at gøre arbejdet nemmere for alle. Vi ønsker ikke at nedlægge jobs, men derimod at forbedre dem. Vi ønsker at oplære arbejderne yderligere og give dem større tilfredshed i jobbet.

Fagforeningen forstod os, og vi stødte ikke på problemer.

### **Der forskes hos Heidelberg i største hemmelighed. Men vil man fra Heidelbergs side indenfor de nærmeste år se nyudviklede produkter, som kan tage pusten fra omgivelserne?**

Ja, det tror jeg. Som bekendt har vi udvidet vor Research & Development Division ganske betydeligt. Heidelberg har bygget et nyt, imponerende forskningscenter og næsten fordoblet staben af medarbejdere. Den ny stab har i stor udstrækning en universitetsuddannelse bag sig. Alle arbejder hårdt, og revolutionerende nyheder vil se dagens lys i løbet af de næste par år.

Heidelberg startede i sin tid som leverandør til den 'lille' bogtrykker. I min tid har jeg insisteret på, at vi forblev 'partnere' med de små og mellemstore kunder. Vi må ikke miste jordforbindelsen på grund af den betydelige udvikling, der f.eks. er sket med de 6-, 7- og 8-farvede 'Speedmaster' trykkemaskiner. Fremover skal vi fortsætte med at følge en politik, som bevarer kontakten til det brede, globale marked. Derfor må vi spørge os selv:

– Er der kun behov for de store, højteknologiske maskiner, eller kan en billigere, mere simpel maskine bedre opfylde de krav, der stilles til markederne i f.eks. Asien, Afrika og Sydamerika?

Måske skal vi udvikle en standard og en højteknologisk type sideløbende.

### **Men vil det ikke skade Heidelbergs omdømme? Virksomheden har altid været kendt for sin topkvalitet og høje priser.**

Både ja og nej. Her kommer jeg til at tænke på en samtale, jeg havde med en betyden-

jansk delegation på et tidspunkt, hvor valutakurserne var meget ustabile, og hvor priserne på Heidelbergs produkter i Japan var for opadgående. De spurgte, hvorfor Heidelberg ikke bare udviklede en trykkemaskine, som var 'god nok'. På det tidspunkt affejede jeg denne idé, fordi Heidelbergs politik var at producere maskiner af højeste kvalitet. Men måske er det muligt at udvikle en maskine med en høj kvalitet, som til gengæld er mindre automatiseret. Dvs. en maskine, som i større udstrækning er håndbetjent, som f.eks. 'GTO', der også kaldes 'den lille mands trykkemaskine'.

### **Men hvad med konkurrencen. Er det stadigvæk muligt at hamle op med den japanske konkurrence?**

Vi må ikke lade os forblænde af en enkelt konkurrent. I min tid hos Heidelberg har jeg oplevet mange former for konkurrence-situationer, f.eks. da vi gik ind på markedet for 'offset' trykkemaskiner. Med hensyn til japanerne skal vi holde to ting for øje, som de gør anderledes. For det første deres aggressive prispolitik og dernæst deres aggressive annoncering. Det sker, de fremkommer med vildledende oplysninger, hvilket bevirker, at Heidelberg, hver gang noget sådant sker, må overveje et eller andet modtræk. Generelt kan jeg dog lide al konkurrence, som er fair.

### **Men hvad med den nuværende situation. Den høje kurs på DEM overfor den undervurderede YEN.**

Jeg er glad for, De bragte dette spørgsmål op. To forhold gør sig gældende. Det ene er kursen mellem DEM/USD, det andet kursen mellem DEM/YEN. Jeg mener, at en dollarkurs på 1,70-1,80 har den rette værdi. Det var virkelig skadeligt da den amerikanske dollar faldt til DEM 1,45 for snart et år siden. Det var hårdt for både ØK og Heidelberg. Og heldigvis er også kursforskellen mellem DEM/YEN blevet indsnævret igen. Jeg vil sige, at kursværdien på DEM i øjeblikket er i balance, og det er jeg som eksportør glad for.

### **Men D-marken synes at være under pres på grund af den tyske genforening og de dermed følgende omkostninger. Øger denne situation ikke presset på markedsforholdene i Tyskland?**

Det er spekulative teorier. Men jeg er glad for, at Bundesbank tilsyneladende følger en me-



get stram anti-inflatorisk politik for at sikre D-markens styrke. På den anden side pumpes der enorme beløb i det østtyske område, og det vil der også blive de næste 2-3 år. Men hvis man sammenligner disse beløb med opsparende niveauet i økonomien, synes situationen at være under kontrol. Disse forhold skal ses i deres rette perspektiv.

**Vil den ny Heidelberg fabrik få nogen indflydelse på den økonomiske situation i det tidligere Østtyskland eller i de øvrige østeuropæiske lande. Har Heidelberg andre specifikke planer i disse områder?**

Beslutningen om at bygge nær Brandenburg vil selvfølgelig gavne dette område. Men jeg vil også sige, at det er et signal til industrien i Vesttyskland og en tillidserklæring til den industrielle udvikling i Østtyskland.

I øvrigt synes jeg, at beliggenheden er perfekt. Kun en times kørsel fra Berlin med alle dens attraktioner i form af teatre, shows osv. Og desuden vil det blive skønt at bo i Brandenburg med alle de omkringliggende skove og søer. Berlin har sine problemer i dag, men om ti år vil det være mere attraktivt at bo dér.

**Har Heidelberg planer om at udforske de tidligere østbloklande nærmere?**

Som De ved, har vi handlet med Østeuropa gennem alle disse år. Det var ikke nogen overvældende handel – aldrig mere end fem procent af Heidelbergs totale omsætning. Salgene foregik gennem vore kontakter i Wien, og den derværende agent har investeret betydelige ressourcer i forretningen. Bl.a. har han for nylig åbnet kontorer i Moskva, Warszawa og Budapest. Hvad fremtiden angår, må vi vente og se tiden an.

For 18 måneder siden blev der på præsident Gorbachevs initiativ oprettet et kommunikations-netværk af trykkemaskiner i Sovjet Unionen. Vi lavede en fantastisk handel med Moskva og leverede næsten 50 fler-farve trykkemaskiner, som blev spredt ud over hele landet. Og det bedste var, at afregningen fandt sted kontant i D-mark. Lige nu må vi vente og se resultaterne af de nylige omvæltninger for at finde ud af, hvem der skal søges kontakt med i fremtiden.

**Apropos PRINT '91. Kan De se tegn på en vending i situationen på indeværende tidspunkt, eller vil der gå endnu seks måneder eller mere?**

Det er svært at sige. Men jeg tror, at PRINT '91 faktisk blev afviklet på det rette tidspunkt, og jeg er glad for, at ØK's Hans Peetz-Larsen fastholdt sin beslutning, som han tog for adskillige år siden, om at afholde alle tiders udstilling.

Jeg deler ikke optimisternes synspunkt, at nedgangen i konjunkturerne i USA er standset. Jeg tror, det vil tage adskillige måneder, før en forbedring sætter ind. Det er jo en kendsgerning, at når økonomien svækkes, er det reklamevirksomheden, der først rammes. Det er mit gæt, at der vil gå 4-6 måneder endnu, før der kommer et opsving i reklame- og annonceverdenen. Men der er heldigvis valg i USA næste år, og denne begivenhed er altid en god periode for trykkerierne.

**En mand i Deres stilling, der altid har været i centrum af begivenhederne og truffet en masse mennesker, må have gjort sig tanker om, hvad der skal ske efter, at De har trukket Dem tilbage.**

Det samme spørgsmål blev stillet for nyligt ved et middagsselskab, og min hustru svarede: – Min mand og jeg vil gerne føre en mere normal tilværelse.

I en topstilling står man til rådighed 24 timer i døgnet som en konsekvens af det store ansvarsområde og de beføjelser, man har. Det er ikke en normal tilværelse. Det er jo ikke kun øjeblikkets forretningsanliggender, man er optaget af, men i langt

højere grad af virksomhedens fremtidsudsigter. Hvor ønsker man at lede virksomheden hen i løbet af de næste tre, fem eller ti år. Jeg vil stadigvæk have mine kontakter til industrien. Bl.a. er jeg medlem af bestyrelsen i en stort tysk farmaceutisk virksomhed og bestyrelsesformand for et byggekonsortium i Heidelberg-området. Desuden er jeg i bestyrelserne for en virksomhed, som fremstiller tekstilmaskineri, samt en konsumvare-virksomhed.

Jeg er første vice-præsident af Handelskammeret i Heidelberg og medlem af økonomiministerens rådsamling i Bonn. Jobs, som allesammen er meget interessante, og hvor jeg føler, jeg kan gøre nytte. Så er der Bangkok og Tokyo, hvor jeg er blevet bestyrelsesmedlem af henholdsvis EAC(Thailand) og Heidelberg-PMT.

Rent personligt ønsker jeg at lære at spille golf – i det mindste prøve på det – og jeg har stabler af bøger, som venter på at blive læst. Mine interesser koncentrerer sig om historie, musik og arkitektur. Måske vil jeg følge forelæsninger i arkitektur på universitet.

Jeg ser virkelig frem til at nyde andre sider af tilværelsen efter at have haft det privilegium at arbejde for Heidelberg i mere end 30 år. Naturligvis vil jeg savne mange af de dejlige mennesker, jeg har haft den glæde at møde i mit internationale virke. Mange af disse er heldigvis blevet gode venner.



# En grafisk satsning på fremtiden

**P** RINT 91 har været ØK's og de vigtigste leverandørers hidtil største enkeltsatsning i USA. Det har også været den største grafiske messe nogensinde afholdt i Nordamerika med 88.340 besøgende – heraf 9.700 fra udlandet. Hovedparten af de besøgende var beslutningstagere fra den grafiske industri, og resultatet kan aflæses i Heidelberg Easterns imponerende salgstal på USD 51 mio., der var det dobbelte af salget på PRINT 85.

*Hans Peetz-Larsen (tv.) fik overrakt Heidelberg Druckmaschinen's diamantnål af Dr. Wolfgang Zimmermann.*



## LEVERANDØRERNES TOPFOLK

Støtten fra og deltagelsen af ØK's grafiske hovedleverandører var medvirkende til resultatet. Fra Heidelberg Druckmaschinen kom over 40 ledere, der repræsenterede salg, teknik og forskning, anført af hele direktionen. Polar og Stahl var ligeledes repræsenteret af deres topfolk. Seniorledere fra vigtige leverandører som Bacher (pre-press udstyr), Wahli (tryk-tilbehør) og Sigloch (bogbinde-udstyr) var også til stede.

ØK's engagement manifesterede sig i Heidelberg Eastern's store stand på over 7.500 kvm med de mere end 330 medarbejdere fra EACgraphics.

## 'VINDER-KOMBINATIONEN'

Heidelberg USA og Heidelberg Harris optog en hel udstillingshal på PRINT 91 under mottoet 'The Winning Combination'. Udstyr fra Polar, Stahl, Baum og K.S. Macey dækkede et område på næsten 3.000 kvm i en tilstødende hal.

Under udstillingen kørte der kontinuerligt 46 Heidelberg trykkemaskiner, 13 Computer Control enheder (CPC) og syv CP Tronic systemer. I funktion var også ti Polar skæremaskine-systemer, ni foldemaskiner fra Stahl samt fire fra Baum, to samlemaskiner fra K.S. Macey og en komplet boglinje fra Stahl VBF. Maskinerne repræsenterede en værdi af over USD 25 mio., hvilket svarer til udstyret hos en grafisk virksomhed med et årligt salg på USD 25-30 mio. Demonstrations-teknikerne brugte 200 tons papir og 1.000 kg tryksværte i løbet af de otte dage, udstillingen varede.

## EN VERDENSPREMIERE

For første gang viste Heidelberg offentligt deres nyskabelse indenfor trykkeprocessen. Systemet har fået navnet GTO-Direct Imaging (DI) og vakte stor opsigt under hele udstillingen. Heidelberg's 14" GTO trykkemaskine er 'nerven' i den ny fire-farve trykkeproces, som springer den fotografiske proces og dele af den konventionelle pladefremstilling over. GTO-DI'en 'præger' simpelthen billederne direkte ind på pladerne på trykvalsen gennem en proces, som har fået betegnelsen 'spark discharge imaging' (DI).

Blandt nyhederne var også en syv-farve Heidelberg Speedmaster CD, en seks-farve M-Offset og fem-farven GTO-S. Af sidstnævnte blev eksemplar nr. 4.000 i USA solgt under udstillingen. I alt kører der over 8.000 GTO trykkemaskiner i Nordamerika. Heidelberg-Harris web trykkemaskine M-110 C og den ny Mercury fire-siders avistrykkemaskine var ligeledes i funktion. Af skæremaskiner havde Polar udstillet sine EMC-G modeller, og Stahl viste sin TC-serie af folde-maskiner.



**The Winning Combination**



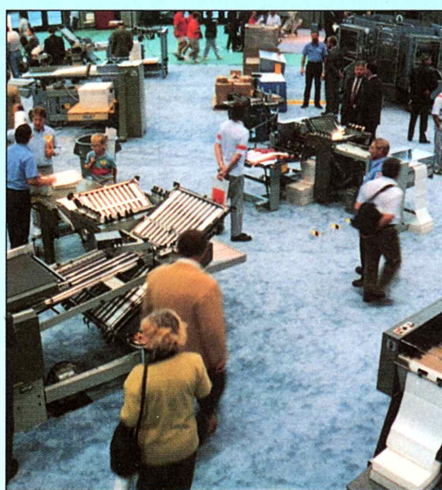
*Heidelberg Easterns gave til Heidelberg Druckmaschinen for 20 års godt samarbejde blev overrakt Ulrich Mauser (tv.) af Hans Peetz-Larsen.*

*Fra åbningsmiddagen for de grafiske leverandører ses siddende fra venstre: Wolfgang Mohr, Polar-Mohr; Ulrich Mauser, Heidelberg Druckmaschinen; fru Zimmermann; fru Peetz-Larsen; fru Mohr og stående fra venstre: Wolfgang Pfizenmaier, Heidelberg Druckmaschinen; Dr. Wolfgang Zimmermann, Heidelberg Druckmaschinen; Hans Peetz-Larsen, EAC USA; Dr. Klaus Lederer, Heidelberg Druckmaschinen og Bent K. Kierkegaard, EACgraphics.*

'En pyramide af elegante damer'. Heidelberg Easterns mange kvindelige medarbejdere på Print 91 er klar til en ny dags spændende aktiviteter.



Jim Janison (tv.) demonstrerer en Stahl foldemaskine for Jack Johnson fra Phi Delta Kappa Inc., Bloomington, Indiana.



Bogbindermaskinerne dækkede et udstillingsområde på næsten 3.000 kvm.



Heidelberg-Harris modtog en glas-skulptur fra Heidelberg Eastern for godt samarbejde. Under stor moro overrakte Hans Peetz-Larsen gaven til dr. Klaus Lederer (th.).



## GRAFISK MESSE

*Keith McGeehe forklarer teknikken i en CP Tronic/CPC til mulige købere.*

*Kig ud over Heidelberg-standen under opbygning.*



*En Heidelberg GTOFP-DI 5-farve maskine blev solgt på Print 91 til The Graphics Group i Dallas, Texas. Her ses fra venstre: Ernst Bischoff, Mike Morgan og Hans Peetz-Larsen alle Heidelberg Eastern. Dernæst Vivienne og Joseph Darby samt Clyde Johnson fra The Graphics Group og længst til højre Bob Boyer fra Heidelberg Eastern.*



*Der var trængsel ved Heidelbergs sensationelle nyhed – GTO-DI trykkemaskinen.*



*Bob Tesch (th.) modtager en guldmønt for godt salgsarbejde af Hans Peetz-Larsen, mens Wolfgang Hager ser til.*



*Speedmaster nr. 8.000 i USA blev solgt til Meehan Tooker Inc. Her overrækker Hans Peetz-Larsen (th.) en minimodel til Carl Del Vecchio, Meehan Tooker Inc.*

# EACgraphics i Australien - og Sverige



serviceafdelinger i Melbourne, Perth, Brisbane, Adelaide samt en separat dattervirksomhed i Auckland.

Overtagelsen sker formelt 1. januar 1992.

## LINOTYPE-HELL

LINOTYPE-HELL bliver et godt grundlag for den ny aktivitet.

Det tyske selskab blev for kort tid siden styrket ved en sammenlægning af selskaberne Linotype AG og Dr. Ing. Rudolf Hell GmbH. EACgraphics har foruden Australien og New Zealand eneforhandling af det komplette LINOTYPE-HELL program i store dele af Fjernøsten, Skandinavien og Afrika.

**D**e seneste måneder har EACgraphics yderligere markeret sin førende position i den grafiske branche på verdensplan. Nye markeder er sat på EACgraphics' verdenskort – nemlig Australien og New Zealand samt Sverige.

EACgraphics er kommet ind på det svenske marked ved opkøb af selskabet AB Gust Carlsson & Co. Divisionen er dermed markedsførende af Heidelberg og alle de andre kendte grafiske agenturer på det svenske marked.

## AUSTRALIEN OG NEW ZEALAND

EACgraphics' ekspansion i Australien og New Zealand baseres på agenturet for LINOTYPE-HELL's elektroniske udstyr til tekst- og billedbehandling.

*Jørgen Lund er leder af den ny organisation i Australien og New Zealand. Basen placeres her i Sydney.*

Organisationen bygges op under ledelse af Jørgen Lund, som dermed er tilbage i en ledende position i EACgraphics.

– Det er meget spændende at være med i opbygningen af denne epokegørende udvikling for EACgraphics, siger Jørgen Lund. Vi bygger organisationen op med ca. 60 medarbejdere under The East Asiatic Company (Australia) Ltd. Hovedbasen bliver placeret i Sydney med salgs- og



# Nyt EAC House i England indviet



**D**en danske industri- og energiminister, Anne Birgitte Lundholt, og den britiske ambassadør i Danmark, Nigel Williams, var co-sponsorer ved indvielsen i november af det ny EAC House i Sevenoaks sydøst for London.

Huset, der ligger i naturskønne områder, bliver arbejdsplads for et par hundrede ØK-medarbejdere inden for områderne Trading og Transport – herunder administrationskontorer for EacBen-samarbejdet samt forsikring. Disse har hidtil boet på geografisk spredte lokaliteter i England.

ØK's bestyrelsesformand Henning H. Sparsø omtalte i sin velkomst, at man havde investeret i EAC House på grund af tilliden til Storbritannien, fordi EAC har en vigtig forretning her, samt fordi man mente at have gjort et godt huskøb. Ministeren og den britiske ambassadør i Danmark foretog herefter den ceremonielle indvielse, og ønskede god inspiration og succes for medarbejderne i det ny hus.

Forinden havde Henning H. Sparsø samlet medarbejderne i EAC House for personligt at ønske dem tillykke med deres ny arbejdsplads. Indvielsen blev overværet af repræsentanter fra ØK's koncernledelse, den skotske samsejlingspartner Ben Line Containers med bestyrelsesformanden W.R.E. Thomson i spidsen samt den danske ambassadør i Storbritannien, R. Thorning-Petersen. Til stede var også ledere fra den britiske finansver-

*Her ses fra venstre mod højre Robert D. Miller, Head, Global Corporate Banking Group, Standard Chartered Bank, London, Robert G. Spiers, managing director, East Asiatic Timber Ltd. (EATL), Sevenoaks, Stanley Shreeve, managing director, Plumrose Ltd. Willerby (Hull), D. Moore, Corporate Banking Director, Standard Chartered Bank, London og David Vander, managing director East Asiatic Insurance Brokers (UK) Ltd., Sevenoaks.*

den og andre forretningsforbindelser samt det lokale Parlamentsmedlem for Sevenoaks, M.G.M. Wolfson.

ØK har lang tradition for kontakt med Storbritannien. Kun tre uger efter ØK's stiftelse den 27. marts 1897 var de første kontakter med England etableret i forbindelse med en skibsrute mellem Europa og Fjernøsten. To af de første skibe på denne rute blev bygget i Skotland. I 1911 blev ØK registreret som selskab i London, og i 1912 introducerede ØK som de første anvendelsen af dieselmotorer i skibene på fjernruterne. Et af de første motorskibe, JUTLANDIA, blev bygget i Skotland, og var i øvrigt det allerførste britiskbyggede motorskib.

I dag er Storbritannien en vigtig ØK-arbejdsplads for 651 medarbejdere. Ud over de allerede nævnte divisioner har EAC Plumrose tre produktionsvirksomheder i England og Nordirland.





*Fra indvielsen af EAC House ses her fra venstre den engelske ambassadør i Danmark Nigel C.R. Williams, fru Helga Sparsø, industri- og energiminister Anne Birgitte Lundholt samt ØK's bestyrelsesformand Henning H. Sparsø.*

*ØK's bestyrelsesformand Henning H. Sparsø taler her med R.D. Galpin, Chairman & Chief Executive, Standard Chartered Bank, London.*



*To velkendte containerskibe i ØK-flåden er tilknyttet samsejlingen med Bridge Line, FALSTRIA (billedet) og MEONIA.*

## Også ny container-aktivitet i Australien

**S**ideløbende med opbygningen af Eac-Ben har EAC Lines arbejdet på at styrke ruten mellem Østaustralien og Japan/Korea.

Det sker på basis af det hidtidige samarbejde mellem EAC Lines Eastern Australia Pty. Ltd. og Bridge Line Pty. Ltd., dvs. koordineringen af sejladslistre og kapacitetsudnyttelse. Det udvides nu til en række operationelle og administrative områder, hvilket også giver parterne en række muligheder for rationaliseringer.

Der oprettes således fælles funktioner administreret af EAC Transport Australia Centre i

Sydney under ledelse af Hans D. Troelsen. Linjen mellem Østaustralien og Japan/Korea markedsføres fortsat separat af de to partnere.

Kapaciteten øges ved indsættelse af to velkendte ØK-containerskibe, FALSTRIA og MEONIA. De hidtidige ØK chartrede skibe på ruten, OCTAVIA og BELLAVIA, forbliver beskæftiget i ruten og får i det ny arrangement ændret navn til henholdsvis STORY BRIDGE og WESTGATE BRIDGE.

Anløbshavnene bliver Melbourne, Sydney, Brisbane, Yokohama, Osaka, Busan, hvorefter der returneres til Melbourne.

# Bloch & Behrens kæmmer igen uld i Bremen

**V**erdensmarkedet for uld har været igennem et par vanskelige år – men nu udvikler det sig igen positivt. Et godt fingerpeg om, at efterspørgslen og priserne er ved at ændre sig i positiv retning er, at Bloch & Behrens igen er begyndt at kæmme store partier uld i Europa. Det sker bl.a. i Bremer Woll-Kämmerei AG.

## GODT SAMARBEJDE

- Efterspørgslen på kæmmet uld er stabil i såvel Europa som i den øvrige verden, siger direktør Jan E. Ditlevsen, Bloch & Behrens, og vi har fundet en god samarbejdspartner i Bremer Woll-Kämmerei AG (BWK). Virksomheden producerer kvalitetsmæssigt på et internationalt højt niveau, og vi placerer derfor gerne en del af kæmningen her.

## BLUMENTHAL

BWK er et vægtigt led i erhvervsstrukturen i Bremen-forstaden Blumenthal nordvest for byen. Og sådan har det været i mange år. BWK blev nemlig indviet så langt tilbage som i 1883. Især efter 2. verdenskrig har virksomheden i stadig stigende grad placeret sig blandt Europas største.

Bloch & Behrens' målsætning er at være kendt for en meget høj kvalitet, og det har derfor været af stor betydning at få ulden kæmmet i en virksomhed, der udnytter den bedste teknologi såvel maskin- som laboratoriemæssigt. Og det lever BWK op til.

## KONTROL I EUROPA

Den ubehandlede uld er således i de bedste hænder hos BWK i Bremen, men alligevel fører Bloch & Behrens nøje kvalitetsmæssig kontrol med hele processen.

Selvom ulden er indkøbt, presset og afskibet af Bloch & Behrens' egne kontorer i Australien og New Zealand, tages der prøver på kvali-

tet og renhed, når partierne er fremme i de store lagerhaller på kæmmeriet i Bremen. Kontrollen foretages af Bloch & Behrens' medarbejdere fra hovedsædet i København.

## FRA KØBENHAVN

Salgsrepræsentant Michael Streton, København, er én af de medarbejdere, som jævnligt tager turen til Bremen for at afgøre, om diverse uld-partier lever op til de normer, som kræves af det kæmmede produkt.

Han klarer denne del af sit job ved en visuel vurdering af længde, brudstyrke, stil o.s.v.



Michael Streton har opnået sin ekspertise efter flere års ophold i Australien, hvor han bl.a. tog del i opkøbet af råulden til Europa.

Sammen med repræsentanter for produktionsledelsen på BWK gennemgår han stikprøver af de indkøbte partier før kæmningen. Således kan man i fællesskab vurdere den ubehandlede uld og sammensætte den i

kampartier, der kan forventes at give den ønskede kvalitet efter kæmningsprocessen.

## KONTRAST TIL TEKNOLOGI

Den absolut nødvendige menneskelige kontrol står i kontrast til den højt udviklede teknologi, der i øvrigt præger produktionen på BWK.



# Reglerne strammes for insider-handel



*Michael Streton, Bloch & Behrens i København, ses her til højre på begge billeder sammen med BWKs produkt-direktør, Gert Kromareck. På det øverste billede evaluerer Michael Streton ulden for brudstyrke, længde og stil. På det andet billede bliver uldens styrke og fibre testet elektronisk.*

Maskinerne kæmmer ulden i de fineste varianter til spinning af garn til tekstilindustrien, og BWK har udviklet et avanceret laboratorie- og edb-system for at fastholde og udvikle kvaliteten af forædlingsprocessen. BWK beskæftiger over 1.200 medarbejdere.

I juni vedtog Folketinget lige inden afslutningen af sidste samling en ny regulering af forbudet mod insider-handel. Primært er formålet med loven at gennemføre et EF-direktiv, som dels foreskriver forbud mod at handle med en intern viden, dels forbud mod videregivelse af intern viden. Dernæst har loven også til formål at forebygge insider-handel samt at give bedre mulighed for at undersøge handler, hvor der er mistanke om misbrug af interne oplysninger.

## FORTOLKNINGSTVIVL

I den nye lov er der fjernet en del fortolkningstvivil. Begrebet 'værdipapirer' er nærmere defineret. Ved 'værdipapirer' forstås 'værdipapirer af enhver art, herunder finansielle kontrakter, der er optaget til handel på en børs eller et tilsvarende reguleret marked for værdipapirer i ét eller flere EF-lande eller i de nordiske lande'. 'Intern viden' er ikke offentliggjorte oplysninger, som må antages at få betydning for kursdannelsen på værdipapirerne, hvis oplysningerne blev offentliggjort. Som offentliggørelse af oplysninger anses meddelelse til Københavns Fondsbørs, når oplysningen er videresendt fra Fondsbørsen. Det er også nyt i forhold til tidligere, at det er forbudt børsrådgivningsfirmaer, pengeinstitutter, m.v. at medvirke ved handler, hvis disse virksomheder har en viden eller blot en formodning om, at køber eller sælger har en intern viden.

## NYSKABELSE

Som en væsentlig nyskabelse er der i loven indføjet et forbud mod den, der besidder intern viden til at videregive denne viden til andre, medmindre dette sker som et normalt led i vedkommendes arbejde. Det er klart, at denne bestemmelse har et præventivt sigte for at forebygge insider-handel. I denne for-

bindelse er der indføjet en pligt for udsteder af værdipapirer til at udarbejde interne regler med sigte på at hindre, at intern viden gøres tilgængelig for uvedkommende. En tilsvarende pligt eksisterer for andre instanser, såsom pengeinstitutter, børsrådgivningsfirmaer, advokater og revisorer, der i kraft af deres arbejde regelmæssigt kommer i besiddelse af intern viden. Loven fastlægger også en pligt til at udarbejde interne regler for alle medarbejders adgang til at handle med værdipapirer, udstedt af selskabet.

## MEDARBEJDERNE I ØK

I ØK har sådanne regler eksisteret i mange år, og kort sagt går reglerne ud på, at medarbejdere i ØK kun må købe og sælge aktier og aktietegningsoptioner (warrants) udstedt af ØK inden for en periode på 6 uger løbende fra dagen efter offentliggørelse af henholdsvis ØK's årsberetning (marts), 1. kvartalsberetning (maj), halvårsberetning (august) og 3. kvartalsberetning (december). Denne regel omfatter også handel med aktier og eventuelle andre værdipapirer udstedt af ØK Holding. Omfattet af reglerne er også handel gennem medarbejdernes nærmeste familie (ægtefælle, samlever og hjemmeboende børn).

Ledende medarbejdere skal endvidere lade deres aktier i virksomheden og inden for koncernen notere på navn i aktiebogen, og de pågældende virksomheder skal føre en fortegnelse over de ledende medarbejders værdipapir-beholdning i virksomheden.

# ØK driver Europas største private vindmølle-park

**E**uropas største privatejede vindmøllepark leverer energi til EAC Timber's store, moderne ovntørreri, der administreres i Trading Division's hollandske dattervirksomhed, Indufor Dry Kilns.

I Vlissingen på den hollandske Nordsøkyst har EAC Timber opført 15 møller af det danske fabrikat, Micon, ved gruppens tørringsanlæg for opskåret træ.

Møllerne driver ikke alene de 22 fuldautomatiske ovne. De producerer også overskydende energi, som Indufor Dry Kilns - normalt omtalt I-dry - sælger til et lokalt elektricitets-selskab. Der er faktisk tale om en så betydelig el-produktion hos I-dry, at det totalt set svarer til ét års forbrug i 1.500 parcelhuse.

## TRÆ FRA HELE VERDEN

I-dry's anlæg ved havnen i Vlissingen er centralt placeret, både hvad angår import til hele det nordeuropæiske marked og transithandlen fra kontinentet til England. Anlægget har tæt forbindelse til motorvejs- og jernbanenettet, og det giver en yderst hensigtsmæssig logistik i transporten af det tørrede træ til aftagerne i hele Nordeuropa.

Hovedadministrationen for I-dry er placeret i firmaet Indufor (1975) n.v. i Antwerpen, som ledes af Hans C. Jensen. Sam-

men med søstervirksomhederne Induholz i Tyskland, Indubois i Frankrig, EATL i England og EAC Timber i København leverer Indufor træ af høj kvalitet til især producenter af vinduer, døre og lister i byggeindustrien.

## PRÆGER LANDSKABET

Indufor's møller præger havneområdet i Vlissingen.

På rad og række markerer de mange 45-meter-høje møller sig i det typiske, hollandske landskab og omkranser I-dry's to bygninger på hver 12.000 m<sup>2</sup>, som rummer henholdsvis ovn- og lagerkapacitet. De 22 ovne har en samlet års-kapacitet på 60.000 m<sup>3</sup>. I-dry, der er under ledelse af Mikael Agger, beskæftiger en halv snes medarbejdere.

Ikke mindst i sommertiden vækker de 15 I-dry møller med EAC Timber's logo opmærksomhed, idet Vlissingen er et yndet bade- og feriested for tusindvis af turister. Udover det danske fabrikat af vindmøllerne får forbipasserende et andet godt fingerpeg om Indufor's danske baggrund, idet vejen til anlægget kaldes Denemarkenweg.



# EAC SPOTS

## Besøg fra Shanghai

Repræsentanter for én af EACgraphics' vigtigste kunder i Kina, Shanghai Packaging and Decoration Industrial Corporation, besøgte i slutningen af september ØK's Hovedkontor i København samt nogle af divisionens grafiske leverandører i Danmark. Der blev også tid til et meget populært besøg i Den gamle By i Aarhus. Her bød museumsdirektør Erik Kjersgaard gæsterne fra Shanghai velkommen, og de beskyttede til gengæld direktøren mod regnen, som det fremgår af dette foto. Der blev bl.a. lejlighed til en speciel forevisning i det gamle trykkeri forestået af museumsinspektør H. Nyrup-Christensen. – På billedet ses to af de fem gæster, Assistant President Shen Wei Rong (til venstre) og delegationens leder, Senior Engineer Liu Fu Yu.



## 20.000 til koncert i Frederiksberg Have

For andet år i træk var ØK sponsor for Det Kongelige Teaters koncert i Frederiksberg Have, hvor teatrets orkester, opera-sangere og kor gav brudstykker fra den kommende sæsons programmer. Det blev en rigtig Københavner-begivenhed, hvor ca. 20.000 tilskuere nød den pragtfulde sang og musik. Der var fri adgang til arrangementet, og mange havde bragt madkurven med og nød deres picnic på plænen i de skønne omgivelser før koncertens begyndelse. Cirka 500 ØK-medarbejdere med gæster deltog i arrangementet.

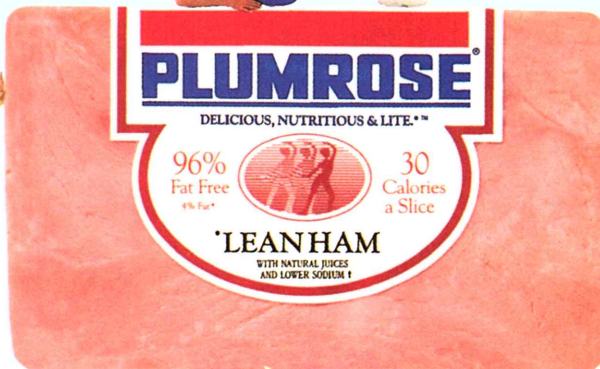


## PLUMROSE WOMEN'S AEROBICS CHALLENGE

## Plumrose med i USA's fitness-bølge

Over 16.000 amerikanske kvinder har hver indspillet en tre minutters video i en konkurrence arrangeret af US Aerobic Federation sponsoreret af Plumrose.

Kvinderne blev opfordret til at sætte gang i hjemmevideoen under udøvelsen af deres fitness program og sende resultatet til Aerobic Federation. Konkurrencen blev en succes og vakte stor opmærksomhed. Et dommerpanel fik fornøjelsen af at kigge de mange videoer igennem for at præmiere de bedste og mest fantasifulde. Som det bl.a. fremgår af illustrationen herover, benyttede Plumrose samtidig lejligheden til at fortælle deltagerne og forbrugerne i øvrigt, at selskabets fedtfattige produkter er et godt supplement til den kondibevindte tilværelse.





### Moderniseret bomærke i ØK koncernen

Allerede med udgivelsen af ØK's årsberetning for 1990 og ved den efterfølgende generalforsamling i marts i år blev koncernens ny 'EAC' bomærke introduceret - og det hidtidige 'dobbelt-logo' dermed afskaffet. 'EAC' logoet fremstår nu i en mørkere Pantone-blå farve. Også de to ØK publikationer - EAC NYT og EAC MAGAZINE - skiftede logo ved samme lejlighed. For at gennemføre en så drastisk ændring i koncernens identitet, har det været nødvendigt at udarbejde en ny design manual, der foreløbigt har to moduler. Modularne, vist i udsnit på billedet, er blevet tilsendt alle ØK's kontorer og virksomheder, og det forventes, at det ny 'EAC' logo vil være indført i koncernen globalt inden midten af 1992.



### EAC Machinery (Singapore) stjal billedet

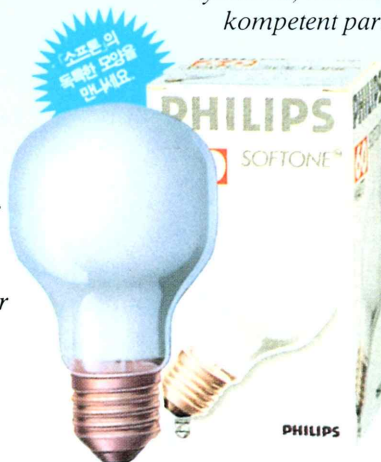
Én af emballageindustriens store, tilbagevendende begivenheder i Fjernøsten fandt sted i Singapore midt på året - nemlig den kombinerede udstilling AsiaPack / AsiaPrint / AsiaPlas. Packaging Machinery Department, som hører under EAC Machinery (S), vakte berettiget opsigt med det omfattende produkt-sortiment, som blev fremvist på én af udstillingens største stande. Der blev demonstreret udstyr fra 11 leverandører og samarbejdspartnere, og et anseligt antal ordre blev sluttet under selve arrangementet. EAC's salgfolk og repræsentanter fra leverandørerne er her samlet før åbnings-ceremonien.

### EAC Consumer Products nu distributør for PHILIPS

Consumer Products Division i Sydkorea har for nylig opnået distributionsrettighederne for PHILIPS' el-artikler i dette marked. Produktsortimentet er bredt - lige fra lamper til batterier og lommelygter. PHILIPS fremstiller selv produkterne i

Sydkorea, men har så til gengæld foretrukket en kompetent partner til varetagelse af følgende marketingfunktioner:

markedsføringsplanlægning/  
ordrebehandling/salgspromotion/merchandising. Den sydkoreanske ØK-virksomhed kan netop tilbyde den nødvendige erfaring og ekspertise indenfor disse områder, og det var derfor et oplagt valg for PHILIPS at indgå distributionsaftalen med Consumer Products Division.



### ØK støtter tættere samarbejde

I oktober deltog ØK sammen med 22 andre virksomheder i udstillingen 'Kontakt dage 1991' arrangeret af Københavns Universitet på Panum Institutet. Formålet med 'Kontakt dage' er at styrke dialogen mellem virksomhederne og de videregående uddannelses-institutioner samt de studerende. ØK-standen var bemandet med fire medarbejdere fra Hovedkontoret, der fortalte om koncernens mange aktiviteter. Foruden beskrivelser og plancher for hver af de syv divisioner vist der prøver på nogle af de mange produkter, som bl.a. sælges af EAC Plumrose og EAC Consumer Products samt Bloch & Behrens. Undervisnings- og forskningsminister Bertel Haarder åbnede udstillingen og besøgte bagefter standene. På billedet taler han med underdirektør Erik Petersen (th.) og takker for ØK's deltagelse i udstillingen.

### **Böklunder Skandinavien sponsorerer håndboldhold**

Plumrose-Böklunders salgsorganisation i Aarhus, Böklunder Skandinavien, har for sæsonen 91/92 i samarbejde med IRMA-kæden indgået en sponsoraftale med Rødovre Håndboldklubs senior damehold. Siden 1983 har holdet spillet i Danmarks-turneringens 1. division. De vandt bronze i '84, sølv i '86, guld i '87 og sølv igen i '88. Foreløbigt har holdet vundet årets to første divisionskampe og har dermed bragt Böklunder-navnet i en flot 'førerposition' med den utraditionelle placering af logoet. Böklunder-produkterne har i øvrigt opnået en fin spredning på det danske marked i løbet af 1991. Fra en beskedent start i begyndelsen af året er man nu bl.a. nået op på levering til mere end 200 pølsevogne i Danmark, hvoraf 40 bærer Böklunder navnet.



### **EAC(Taiwan) åbner transport division**

Den 1. oktober var en særlig dag for EAC i Taiwan. På denne dato kunne filialbestyrer Jan Vistisen nemlig foretage den officielle åbning af filialens nyeste division, EAC Shipping Agencies (TWN) Ltd. Forud var gået seks måneders intensive forberedelser med etableringen af den nye organisation under ledelse af divisionens chef, Paul Chiang. EAC Shipping Agencies (TWN) Ltd. vil blive ledet fra filialens hovedkontor i Wu Ku Industrial Park, hvor medarbejderne i dagens anledning ses samlet foran den festligt udsmykkede indgang. Den nye division vil også operere med afdelinger i centrum af Taipei samt i Kaohsiung og Taichung. Filialens øvrige to divisioner er EAC-graphics og Consumer Products.

# EAC SPOTS



## Nyt data-netværk til ØK's globale kommunikation

De adm. direktører Jens Kiil (tv.), Telecom, og Karsten Stock Andresen, ØK, er her i færd med at skrive under på en kontrakt for Telecoms udbygning af ØK's data-netværk til koncernens verdensomspændende kommunikation. Projektet er i indledningsfasen primært bygget op omkring kommunikationen i den ny samsejling EacBen mellem Fjernøsten og Europa (se siderne 14 og 15), men udbygges over en periode til at omfatte hele koncernen. På billedet fra ceremonien for kontraktens underskrivelse ses desuden bagest fra venstre finansdirektør Flemming Marcher, ØK, koncern edb chef Per Hansen, ØK, markedsdirektør Ole Thorndal, Telecom, afdelingsleder Jette Due Jensen, Telecom og projektleder Aksel Andreasen, ØK.



## Hendes belønning var – træsplinter!

Ann-Marie Bull, East Asiatic Timber i Sevenoaks, administrerer til daglig distributionen i UK af det ovntørrede træ fra Indufor Dry Kilns i Vlissingen, Holland. Desuden tager hun sig af dokumentationen af de importerede afrikanske træsorter samt holder styr på alle udestående ordrer fra hele verden. I denne egenskab besøgte Ann-Marie Bull fornylig opkøbskontorerne i Kota Kinabalu og Port Kelang. Besøget, som oprindeligt var tiltænkt som en belønning for vel udført arbejde, udviklede sig til at blive et uddannelsesophold på savmøllerne i junglen (se billedet) samt en oplæring i det ny edb-system indført af EAC Port Kelang. Dette system vil sætte hende i stand til at indhente de allerseneste oplysninger om udestående ordre i Østen via sin pc'er i UK på et hvilket som helst tidspunkt. I øvrigt går rygterne, at Ann-Marie Bull overhovedet ikke fik tid til at slappe af i solen. Hendes eneste 'belønning' var – træsplinter.



## Også plads til typografisk nostalgi hos Erik Levison

I EACgraphics' danske datterselskab, Erik Levison Aps, er medarbejderne i dagligdagen beskæftiget med det mest avancerede, højteknologiske udstyr til den grafiske branche. Man glemmer imidlertid ikke fagets rødder, og Levison var derfor igen i år vært og arrangør af det danske mesterskab i håndsat, som afholdes hvert andet år. Der er fortsat stor interesse for nostalgien i faget, og 52 tidligere håndsatere satte hinanden stævne på Danmarks Grafiske Museum i Odense, 25. oktober. - På billedet er en af deltagerne dybt koncentreret i konkurrencen, der blev vundet af typograf Jørn Ole Madsen, Kolding.

Afsender:



**The East Asiatic Company Ltd. A/S**  
(A/S Det Østasiatiske Kompagni)  
Holbergsgade 2  
DK-1099 Copenhagen K

**ØKONOMIBREVE**

Postbesørges ukuverteret  
efter tilladelse fra  
Postens Kundetjeneste



**Returadresse for kataloger**  
Eventuelle returforsendelser  
fremsendes i omslag til:

**Købmagergades Postkontor**  
1000 København K

Eftersendes ikke ved vedvarende adresseforandring  
men tilbagesendes med oplysning om ny adresse.

# Minister-besøg, hæder og divisions-synergi på ANUGA



*P. Kretchmer, leder af Brandenburgs ernærings- og kvalitetskontrol, overrækker beviset for Schorfheider-produkternes topkvalitet til Hans G. Guthold.*

**V**erdens største fødevarermesse, ANUGA, i Köln blev en ilddåb for Plumrose Division i sin ny, stærke position i Europa med samlet præsentation af produkter fra Plumrose-Böklunder samt de nytilkomne siden den forrige ANUGA messe, Sandstede og Plumrose-Schorfheider.

Forbundskansler Helmuth Kohl besøgte ANUGA på åbningsdagen, og han var især interesseret i at høre detaljer om Plumroses overtagelse af Schorfheider i Eberswalde. Slesvig-Holstens landbrugsminister, Hans Wiesen, besøgte også Plumrose-standen, og i det hele taget havde Plumrose-medarbejderne nogle meget travle dage med tusinder af henvendelser og gæster.

Plumrose-produkterne modtog også særlig hæder på messen. Således er Eberswalde-produkterne blevet kvalitets-testet over en længere periode, og netop på ANUGA kunne lederen af Brandenburg amts ernærings- og kvalitetskontrol, P. Kretchmer, overrække et hædersbevis for, at kvaliteten er i top på Plumroses ny virksomhed ved Berlin.

*Martin Jensen (th.) og Lone Knudsen (tv.), EAC Consumer Products, besøgte ANUGA og benyttede lejligheden til en god 'synergi-samtale' med kolleger i EAC Plumrose. Her møder de repræsentanter fra Böklunder Skandinavien, Mogens Petersen og Steen Knudsen (nr. to fh.).*



*Landbrugsminister i Slesvig-Holsten, Hans Wiesen, får en orientering om Plumrose-aktiviteterne på ANUGA af salgsdirektør Hans G. Guthold (th.).*

## **CONSUMER PRODUCTS**

ANUGA blev også udhyttet synergi-mæssigt af ØK.

Repræsentanter fra EAC Consumer Products var på messen for at finde nye muligheder for markedsføring af produkter i divisionens aktivitets-områder.

-Vi opnåede adskillige gode kontakter, som vi skal arbejde videre med, siger Martin Jensen, EAC Consumer Products. Det var interessant at møde Plumrose-kollegerne på messen, hvor vi bl.a. drøftede synergi-muligheder i koncernens to konsumvare-divisjoner.

