



Schnell ein Zeichen setzen

Heidelberger Druckmaschinen AG zeigt Selbstbewusstsein und Optimismus: Kapitalerhöhung und Wiedereinstieg in den Digitaldruck

Es hätte auch schlimmer kommen können für Heidelberg, wenn sich die Zahlen der ersten sechs Monate des Geschäftsjahres (von April 2009 bis März 2010) manifestiert hätten. Doch es gab in der zweiten Geschäftsjahreshälfte erste und zum Teil deutliche Zeichen, dass die Druckindustrie die Talsohle hinter sich gelassen hat.



Dies legen einmal die Zahlen der Branchenverbände nahe, zudem ist nach den Worten von Bernhard

Schreier, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG, eine spürbare Aufwärtstendenz bei den Investitionen erkennbar geworden.

Im 1. Quartal des Geschäftsjahres 2010/11 setzte sich die positive Entwicklung für Heidelberg fort. Der Auftragseingang lag mit 786 Mio. € deutlich über dem Quartalswert des Vorjahres (550 Mio. €) und dem Vorquartal (678 Mio. €). Die Auftragslage sei allerdings uneinheitlich und werde durch die anhaltend schwierige Lage in den USA und in Japan geprägt. Dagegen zeigten einige europäische Märkte sowie die in Asien und Südamerika gute Bestelleingänge.

Verlust reduziert

So erfreulich die jüngsten Zahlen für Heidelberg sind, so problematisch war das zurückliegende Geschäftsjahr 2009/2010: Auftragseingang und Umsatz waren nochmals rückläufig. Der Umsatz sank um 23% auf 2,306 Mrd. € (Vorjahr 2,999 Mrd. €), der Jahresfehlbetrag lag bei minus 229 Mio. € und hat sich damit gegenüber dem Vorjahr (-249 Mio. €) nur leicht verbessert. Der Großteil des Verlustes fiel mit 128 Mio. € jedoch in der ersten Geschäftsjahreshälfte an, im zweiten Halbjahr war das Ergebnis mit -2 Mio. € nahezu ausgeglichen.

»Mit der Umsetzung der Kostensenkungsmaßnahmen konnten wir die Auswirkungen des hohen Volumen-



rückgangs beim Ergebnis abmildern«, erläuterte Finanzvorstand Dirk Kaliebe bei der Bilanzpresse-

konferenz Mitte Juni und Bernhard Schreier ergänzt: »Die Restrukturierungen zeigen spürbare Erfolge – die eingeleiteten Maßnahmen zur Kostensenkung stehen aber nach wie vor im Fokus«.

So haben seit Anfang des Geschäftsjahres 2009/10 rund 2.400 Beschäftigte das Unternehmen verlassen. Zum 31. März 2010 waren weltweit 16.496 Mitarbeiter bei der Heidel-

Dass das Geschäftsjahr 2009/2010 der Heidelberger Druckmaschinen AG nicht rosiger sein würde, war seit langem bekannt. Die Mitte Juni vorgelegten Zahlen waren also keine Überraschung. Viel interessanter sind der Strategiewechsel des Druckmaschinenherstellers, die ambitionierten Ziele und der angekündigte Wiedereinstieg in den Digitaldruck.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay





Seit 1. Januar 2010 bilden Marcel Kießling (Services), Bernhard Schreier (Vorstandsvorsitzender und Vertriebschef), Dirk Kaliebe (Financial Services) und Stephan Plenz (Equipment) den Vorstand des Unternehmens. Mit der neuen Struktur des Unternehmens will Heidelberg sich ein weiteres Stück vom Kuchen des Marktes der Drucktechnologien (Grafik unten) abschneiden.



berg-Gruppe beschäftigt (Vorjahr: 18.926). Im Verlauf der letzten beiden Geschäftsjahre wurden weltweit knapp 4.000 Stellen abgebaut, davon über 2.700 an den deutschen Standorten.

Kapitalerhöhung angestrebt

Zur Reduzierung der Finanzverbindlichkeiten und zur Verbesserung der Eigenkapitalstruktur hat der Heidelberg-Vorstand der Hauptversammlung des Unternehmens, die am 29. Juli in Mannheim stattfand, eine Kapitalerhöhung mit einem Erlös von rund 420 Mio. € vorzuschlagen. »Der Vorstand will mit dieser Maßnahme die Flexibilität des Unternehmens stärken, um sich nachhaltig und unabhängig an den Kapitalmärkten finanzieren zu können«, so Bernhard Schreier, der überzeugt ist, dass davon »Aktionäre, Kunden und Mitarbeiter gleichermaßen profitieren.« Auch für Dirk Kaliebe ist die von 97% der Aktionäre angenommene Kapitalerhöhung »ein wichtiger Bestandteil des Refinanzierungsplans, der die Kapitalstruktur von Heidelberg stabilisieren soll.«

Zukunftsstrategie

Aus den Erlösen der Kapitalerhöhung will Heidelberg vor allem seine Schulden abbauen und die hohen Fi-

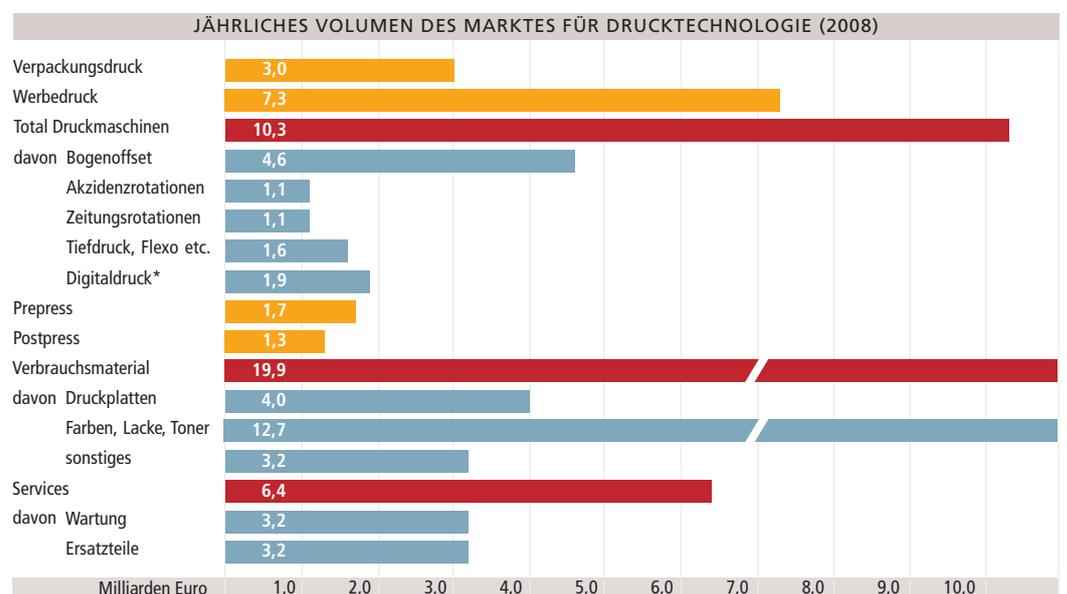
nanzierungskosten wieder zurückfahren. Daneben sind jedoch weitere Schritte notwendig, um wieder wachsen zu können. Ziel sind nach Aussage von Bernhard Schreier ehrgeizige 700 Mio. € Wachstum in den nächsten drei Jahren beziehungsweise ein angestrebter Umsatz von rund 3 Mrd. €: »Heidelbergs Zukunftsstrategie beinhaltet, dass wir die Umstrukturierung des Konzerns fortführen. Durch den weiteren Abbau von Kapazitäten und Stellen sowie Kostensenkungen wird unsere Gewinnschwelle deutlich verringert und unsere Profitabilität verbessert.

Fokussiert werden die Wachstumsfelder Verpackungsdruck, Services und Verbrauchsmaterialien. Darüber hinaus werden wir die Chancen ergreifen, die sich auf dem Digitalmarkt bieten.«

40-Milliarden-Euro-Drucktechnologie-Markt

Ein Blick auf den weltweiten Markt für Drucktechnologien, der 2008 ein Volumen von etwa 40 Mrd. € (ohne Papier) hatte, zeigt, wo Heidelberg ansetzen will. Dieser Markt scheint zwar weitestgehend verteilt, bietet

aber offensichtlich noch Potenzial. »In den wichtigsten Märkten konnten wir unsere Marktanteile auch in der Krise ausbauen«, so Bernhard Schreier. »Im Bogenoffset sind wir mit einem Marktanteil von etwa 42 Prozent nach wie vor Marktführer. In den Bereichen Prepress und Postpress hat Heidelberg einen Marktanteil von rund 14 Prozent.« Hier und bei den relativ konjunktur-unabhängigen Service- und Verbrauchsmaterialbereichen will Heidelberg weitere Marktanteile gewinnen. »Im Verbrauchsmaterialgeschäft setzen wir nach wie vor auf



Quellen: Heidelberger Druckmaschinen AG; Koenig & Bauer AG; The Boston Consulting Group; Druckmarkt-Archiv; © Grafik: Druckmarkt 2010
* Eine grobe Schätzung für den Einsatz in der Druckindustrie, da der Digitaldruck nicht genau abgegrenzt werden kann (Anm. d. Red.).



Mit der Speedmaster CX 102 ist Heidelberg offensichtlich wieder ein großer Wurf gelungen. Seit der Vorstellung auf der IpeX 2010 hat das Unternehmen bereits 30 Maschinen verkauft. Die erste steht bei der Druckerei Kern im saarländischen Bexbach. Über die Erfahrungen der Druckerei werden wir noch gesondert berichten.

Kooperationen, um unser Produktportfolio für Bogenoffsetdruckereien zu erweitern. Das von uns adressierte Marktsegment hatte im Kalenderjahr 2009 ein Volumen von rund acht Milliarden Euro bei einem Marktanteil Heidelbergs von etwa vier Prozent. Wir haben uns das ehrgeizige Ziel gesetzt, unseren weltweiten Marktanteil am Verbrauchsmaterialmarkt auf sieben Prozent zu steigern«, erläutert Schreier die Vorgehensweise.

Dazu hat Heidelberg bereits zum Jahresbeginn die Konzernstruktur modifiziert und in die Geschäftsbereiche »Equipment« (Produkte und Technologien für den Werbe- und Verpackungsdruck), »Services« (neben dem Systemservice und Ersatzteilen bietet die Sparte Saphira-Verbrauchsmaterialien, Software, CtP-Systeme sowie Serviceleistungen, Beratung, Aus- und Weiterbildung) und »Financial Services« (Finanzierungen) gegliedert. Dabei wurden auch die Verantwortlichkeiten im Vorstand neu geregelt. Zuständig für »Equipment« ist Stephan Plenz, das Geschäftsfeld »Services« wird von Marcel Kießling geführt, Bernhard Schreier untersteht das Vertriebsnetzwerk und Finanzchef Dirk Kaliebe verantwortet die »Financial Services«.

Digitaldruck als Chance

Neben dieser neuen Struktur, die alle bisherigen Geschäftsfelder beinhaltet, will Heidelberg künftig weitere neue Dienstleistungen und Produkte anbieten. Dazu sucht Heidelberg Kooperationspartner. »Wir sind auf der Suche nach Partnerschaften – in allen Unternehmensbereichen – lokalen Partnerschaften in einzelnen Regionen sowie weltweiten Kooperationen«, erklärte Bernhard Schreier. Konkret nannte er einmal das Ziel, bis 2014 etwa 100 Mio. € Umsatz durch fremde Aufträge im Bereich der Elektronik, Mechanik und für die Gießerei zu akquirieren. Bereits heute macht Heidelberg mit solchen

Aufträgen einen Umsatz von etwa 20 Mio. €.

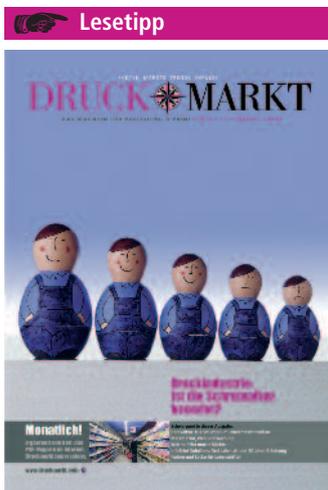
Zum anderen sondiert Heidelberg derzeit, mit welchem oder welchen Partnern der Wiedereinstieg in den Digitaldruck realisiert werden soll und kann. Zwar räumt Bernhard Schreier ein, dass nach wie vor nur ein geringer Anteil des Druckvolumens (weltweit etwa 400 Mrd. €) digital gedruckt werde und der Bogenoffset auch künftig das vorherrschende Druckverfahren bleibe, doch könne der Digitaldruck den kleinformigen Offsetdruck in einigen Bereichen »im überschaubaren Umfang substituieren«. Dabei biete die Digital-Technologie Druckereien vor allem bei sehr kleinen Auflagen und individualisierten Druckstücken auch Chancen. Nicht umsonst bieten immer mehr Heidelberg-Kunden neben dem Offset- auch den Digitaldruck an. »Zurzeit suchen wir nach Partnern, um unseren Kunden weltweit passende Digitaldruckmaschinen anbieten zu können. Wir werden die Maschinen vollständig in unseren Workflow einbinden, unsere Kunden mit Verbrauchsmaterial versorgen und auch den technischen Service zur Verfügung stellen. Über diese Ergänzung verstärken wir unseren Auftritt als Gesamtlösungsanbieter und erweitern dabei unseren Markt«, so Bernhard Schreier. Spätestens Anfang 2011 will Heidel-

berg entsprechende Lösungen anbieten. »Wir wollen schnell ein Zeichen setzen«, sagt Schreier, der im »Endausbau« einen Umsatz im dreistelligen Millionenbereich anstrebt.

Zuversicht

Wachstumshoffnungen setzt Bernhard Schreier aber nicht nur auf den Digitaldruck. Heidelberg geht davon aus, dass sich die Branchenkonjunktur der Printmedien-Industrie in den kommenden Monaten weiter stabilisieren wird. Daher rechnet das Unternehmen schon für das laufende Geschäftsjahr 2010/11 mit einem moderaten Umsatzwachstum. »Wir blicken zuversichtlich in die Zukunft«, so Bernhard Schreier.

➤ www.heidelberg.com



Weitere Beiträge auch in der Ausgabe 65 »DRUCKMARKT«. www.druckmarkt.com

Macht Ihre violette Plattenproduktion grüner.



OFFSET

DIGITAL

WIDE-FORMAT

WORKFLOW

**Brillia HD
PRO-V
chemiearme
Druckplatte**

lo-chem

Absolut umweltfreundlich: verringert den Chemieverbrauch und die resultierenden Abfälle bis zu 75 %.

Höchste Qualität: Tonwertwiedergabe von 1-99 % und Nutzung von FM-Rastern in Verbindung mit bewährten Fujifilm-Belichtern.

Vielseitiger Einsatz: ermöglicht uneingebrannt bis zu 200.000 Umrollungen, die durch Einbrennen noch gesteigert werden können.

Kontakt: grafische_systeme@fujifilm.de oder unter www.fujifilm.de



GEWINNER

**INNOVATIONSPREIS
DER DEUTSCHEN DRUCKINDUSTRIE**

2009

DIGITAL POWER AT YOUR CONTROL

FUJIFILM