



AM 1. AUGUST 2017 TRAT
MICHAEL KNÖRLE (RECHTS) DIE
NACHFOLGE VON REGINALD
RETTIG ALS CEO DER HEIDEL-
BERG SCHWEIZ AG AN.

Fotos: Heidelberg

HEIDELBERG SCHWEIZ EINE PERLE DES KONZERNS

Er kam 2000 in die Schweiz, ging wieder, kam nochmals zurück und geht jetzt wohl endgültig – in den Ruhestand. Reginald Rettig blickt auf 40 Jahre Tätigkeit bei Heidelberg zurück: 20 Jahre im Vertrieb, dabei zahlreiche Managementaufgaben mit Doppelfunktionen und permanente Reisetätigkeiten. Das lässt bei ihm Vorfreude auf mehr Privatleben aufkommen.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Wir trafen Reginald Rettig und seinen Nachfolger Michael Knörle Ende Juni in Bern. Eigentlich ein ganz normales Treffen, wie wir es fast regelmässig in den letzten Jahren praktiziert hatten. Doch dieses Mal war es eben «ein Abschiedsbesuch», denn in einer Funktion bei Heidelberg werden wir Reginald Rettig nicht mehr treffen. Gleichzeitig ist es für uns und für die vielen Kunden von Heidelberg auch ein sanfter Übergang, da wir den «Neuen» ja auch schon einige Jahre kennen.

Vor eineinhalb Jahren bereits wurde bei Heidelberg beschlossen, dass Michael Knörle Nachfolger von Reginald Rettig wird. «Der Markt verändert sich rasch», sagt Reginald Rettig. «Da tut Kontinuität gut. Und die Kunden kennen Michael Knörle seit Jahren.» Er war seit Juni 2012 Vertriebsleiter der Heidelberg Schweiz AG und zuvor sieben Jahre Account-Manager in der Ostschweiz und Liechtenstein.

Nun ist der gelernte Drucktechnologe seit einigen Tagen in Personalunion CEO und Verkaufsleiter und verantwortet dabei den Gesamtumsatz der Heidelberg Schweiz AG. 120 Mitarbeiter einschliesslich sechs Auszubildender arbeiten für die Schweizer Organisation. Über 35 davon in Bern, der Rest ist von zu Hause aus tätig beziehungsweise permanent bei den Kunden unterwegs – wie

etwa Verkäufer, Techniker und Servicepersonal. Schliesslich arbeiten noch einige Mitarbeiter in Pfaffnau im Lager für Consumables.

Auf Wachstum gesetzt

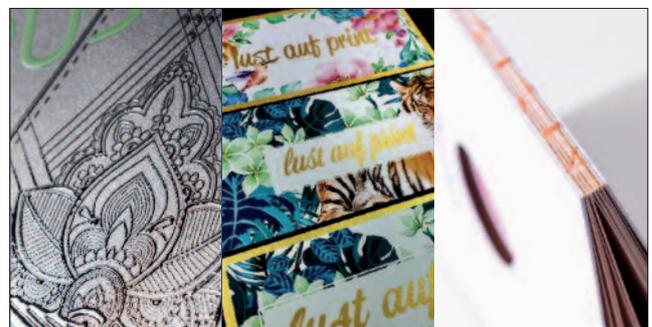
«Für uns ist das Geschäft mit Verbrauchsmaterial eine sehr bedeutende Umsatz- und Ertragssäule geworden», sagt Reginald Rettig. Beim Geschäft mit den sogenannten Consumables ist die Schweiz ohnehin Vorreiter innerhalb des Heidelberg-Konzerns. Dort hat man das Ziel, den weltweiten Marktanteil der Consumables von heute 5% in den nächsten Jahren auf etwa 10% zu erhöhen. Dazu trägt die Schweizer Tochter wesentlich bei. Schon heute macht der Umsatz mit Consumables fast ein Viertel des Umsatzes der Schweizer Organisation aus.

«Allerdings sind die Schweizer auch offener gegenüber solchen Geschäften», weiss Reginald Rettig aus Erfahrung. «Oder sie sind einfach cleverer und vorausschauender als andere.» In jedem Fall mache das Einmaschinen-Konzept, wie es sich am Schweizer Markt bei vielen Druckereien doch vermehrt durchzusetzen scheint, «die Drucker noch sensibler für das Saphira-Angebot», ergänzt Michael Knörle. Unter diesem Namen vermarktet Heidelberg seit der drupa 2008 Verbrauchsmaterialien wie Druckplatten, Plattenchemie und Hilfsmittel, Druckfarben und Lacke, Drucktücher und diverse Drucksaal-Chemikalien, Klebstoffe, Heftdraht,

Reiniger, Toner und vieles mehr, was täglich in den Druckereien ge- und verbraucht wird.

Diese Produkte sind getestet und auf die Maschinen abgestimmt. Denn das Zusammenspiel von Druckplatte, Maschine, Farbe, Feuchtmittel etc. ist das A und O für eine sichere und verlässliche Drucksachen-Herstellung. «Ein hoher Automatisierungsgrad und eine hohe Verfügbarkeit der Druckmaschine nutzen nämlich

nichts, wenn es aufgrund nicht aufeinander abgestimmter beziehungsweise getesteter Consumables ständig zu anwendungstechnischen Prozessproblemen und damit zu Leistungseinschränkungen in der Produktion kommt. Bei immer kürzer werdenden Lieferzeiten und steigenden Anforderungen an die Qualität kann sich das heute niemand mehr leisten», erläutert Knörle.



Lust auf Print.

Ihr zuverlässiger Partner für Geschäfts- und Werbedrucksachen, die sich von der Masse abheben.

Wir beraten Sie gerne.



kasimir meyer



Kapellstrasse 5 5610 Wohlen T 056 618 58 00 www.kasi.ch



Reginald Rettig war seit 1977 für Heidelberg tätig. Der gelernte Kaufmann begann seine Karriere in der Vertriebszentrale. Im Jahr 2000 kam er in die Schweiz als Vorsitzender der Geschäftsleitung der Heidelberg Schweiz AG. Auch nach seinem Wechsel 2009 nach Deutschland als oberster Vertriebsleiter der Märkte Deutschland und Frankreich blieb er als Verwaltungsratspräsident der Schweiz eng verbunden und kehrte Ende 2013 wieder zurück. Zu diesem Zeitpunkt war Michael Knörle bereits Verkaufsleiter der Heidelberg Schweiz AG. Jetzt hat er das Ruder der Heidelberg-Tochter übernommen und Reginald Rettig ist sich sicher, dass Michael Knörle diese Aufgabe perfekt meistern wird.

Die Schweizer kriegen das hin

Schon gar nicht, wenn der Markt immer enger wird und der Wettbewerb aus allen Richtungen zunimmt. «Zeitungen, Zeitschriften und Bücher haben in den letzten Jahren in der Schweiz – dem weltweiten Trend folgend – an Bedeutung für den Druck verloren. Das Akzidenzvolumen ist jedoch trotz des Wettbewerbs auch aus dem Ausland ziemlich stabil geblieben», stellt Reginald Rettig fest. «Dabei befand sich die Schweiz in den vergangenen zwei Jahren im Auge des Hurricans, was Übernahmen, Zusammenschlüsse und so weiter angeht», sagt er. «Aber irgendwie kriegen die Schweizer das immer hin. Auch den Währungsschock haben sie weggesteckt. Bei den Maschinenverkäufen haben wir zumindest wenig von Schockstarre gespürt.» Allerdings haben sich die Aktivitäten der Druckereien zum Teil schon erheblich reduziert. Das zeigen auch die Zahlen des zurückliegenden Geschäftsjahres, auf die Michael Knörle eingeht: «Im letzten Jahr machten wir etwa 80 Prozent unseres Umsatzes mit 100 Kunden. Es sind vielleicht noch 500 oder 600 Betriebe, die zukünftig noch wirklich relevant sind für den Markt.»

Der Verband Viscom nennt in seinen «Zahlen und Fakten 2016» noch immer 1.682 Arbeitsstätten und beruft sich dabei auf eine Betriebszählung des Bundesamtes für Statistik von 2015. Das bedeutet, dass wahrscheinlich etwa 1.000 Betriebe zwar

noch existieren, am Marktgeschehen jedoch nur noch eingeschränkt teilnehmen. Das lässt den Schluss zu, dass sich der Strukturwandel in der Druckindustrie auch in der Schweiz noch weiter fortsetzen wird.

Industrialisierung

«Industrialisierung ist nun einmal auch beim Druck das Gebot der Stunde. Die Transformation vom handwerklichen Betrieb zur industriellen Druckerei ist schon seit einigen Jahren in vollem Gang. Mit Neuheiten wie «Push-to-Stop» oder den industriellen Digitaldrucksystemen Primefire und Labelfire treibt Heidelberg diese Entwicklung mit voran», erläutert Michael Knörle. «Wir müssen in der Schweiz aber genau abwägen, ob und welche Werte diese Innovationen für unsere Kunden schaffen.»

Mit dieser Einschätzung liegt er völlig richtig. Denn die Zeiten, da man eine Maschine kaufte, nur weil sie neu war, sind längst Vergangenheit. Heute muss alles passen: Verfügbarkeit, Automatisierung und Produkti-

vität müssen vom Maschinenhersteller garantiert werden und die Kunden müssen das passende Geschäftsmodell betreiben. Nur so wird ein Schuh daraus.

Zweifellos kann auch «Push-to-Stop» in der Schweiz ein Thema werden. Gerade bei Akzidenzbetrieben, die in der Magazinproduktion tätig sind oder bei Produktionen mit Sprachwechseln etc. «Interessant könnte aber auch die neue Speedmaster CX 75 für den Schweizer Markt sein. Das Format 50 x 70 cm ist hierzulande ja noch immer sehr stark verbreitet», sagt Michael Knörle. Diese Maschine sei ein Multitalent, was Bedruckstoffe und Leistung angeht.

Wobei «Push-to-Stop» und das Format 50 x 70 cm ja kein Widerspruch sein müssen. Die erste Speedmaster XL 75-5+L nach diesem Prinzip ging im April bei der Suter & Gerteis AG in Zollikofen in Betrieb, ein typischer Akzidenzbetrieb mit einer breiten Produktpalette. Die Fünffarben-Maschine arbeitet autonom und führt alle automatisierbaren Prozessschritte selbstständig aus. Dazu gehören die Waschvorgänge, das Wechseln der Plattensätze und das Anlaufen der Maschine bis zur Fortdruckgeschwindigkeit. Eine Streifeneinschliessvorrichtung trennt die Anlaufmakulatur von der Auflage, sobald Farbe und Register die Sollwerte erreicht haben. Dabei greift der Drucktechnologie nicht mehr in die Abläufe ein.

«Mit dieser Investition hat Suter & Gerteis einen grossen Schritt auf

dem Weg zur industriell produzierenden Druckerei gemacht», sagt Knörle und stellt gleichzeitig fest: «Heidelberg baut ja längst nicht mehr nur Maschinen, sondern bettet diese Hightech-Maschinen in digitale Arbeitsabläufe ein. Das ist der Unterschied zu früher und auch ein Unterschied zur bisherigen Vernetzung. Wir bieten integrierte Lösungen.»

Integrierte Lösungen

Das beweist auch eine weitere aktuelle Installation. So arbeitete die Erni Druck und Media AG in Kaltbrunn bis vor wenigen Monaten in einer heterogenen Technikumgebung. Plattenbelichter, Workflow-Software, Offsetmaschinen und Digitaldruck kamen von unterschiedlichen Lieferanten. Das Unternehmen wollte sich nicht in die Abhängigkeit eines einzigen Lieferanten begeben und war stets auf der Suche nach dem besten Produkt. Jetzt hat sich das Unternehmen aber für eine Ein-Lieferanten-Politik entschieden.

Seit Februar produziert Erni Druck und Media auf zwei Digitaldrucksystemen Heidelberg Versafire CV, der Prinect-Workflow löste die bisherige Software ab und die Platten für den Bogenoffsetdruck werden auf einem Suprasetter A75 DTL gebildet. Damit sind einschliesslich der Fünffarben-Bogenoffsetmaschinen (eine Speedmaster SM 74-5+L und eine SM 52-5+L) alle Schlüsselstellen mit Heidelberg-Technik ausgestattet. «Dabei sind alle Komponenten aufeinander

BEORDA
 Direktwerbung
 Mit über 40 Jahren...
Kompetenz und Erfahrung!
www.beorda.ch

abgestimmt. Das System entfaltet seine volle Wirkung besonders bei hybriden Aufträgen, wenn Teile der Auflage im Digital- und Offsetdruck produziert werden. Hier werden im Bogenoffset und Digitaldruck Ergebnisse erzielt, die farblich übereinstimmen und von Auftrag zu Auftrag reproduzierbar sind», erläutert Michael Knörle.

Digitale Prozesse

Das hört sich alles recht gut an. Auch, dass Heidelberg Schweiz alleine rund 60 Digitaldruck-Maschinen im A3+-Format installiert hat, in Kürze eine Pilotinstallation der Primefire 106 bei einem renommierten Verpackungsunternehmen in Betrieb nehmen wird, über zehn CtP-Systeme im letzten Jahr verkauft hat und mit Gebrauchtmaschinen immerhin rund 7% vom Umsatz macht. Aber: Wenn die Zahl der Druckereibetriebe ebenso rückläufig ist wie

die Zahl der dann noch verkaufbaren Druckwerke, muss sich Michael Knörle etwas einfallen lassen, will er die Heidelberg Schweiz AG erfolgreich weiterführen.

«Diese Herausforderung kommt ja nicht unverhofft und ich beschäftige mich auch nicht erst damit, seit ich weiss, dass ich die Geschicke für Heidelberg in der Schweiz leiten darf», erklärt Knörle. «Natürlich wird der Verkauf von Druckwerken schwieriger. Aber darum alleine geht es auch gar nicht mehr. Was für unsere Kunden zählt, ist, dass die Maschinen und Abläufe im Drucksaal reibungslos funktionieren. Deshalb müssen wir mit unseren Kunden zusammen digitale Geschäfts- und Produktionsprozesse schaffen. Das bietet uns allen grosse Chancen.»

Was er damit meint, sind die vielfältigen Services, die Heidelberg seinen Kunden anbietet, mit denen die Verfügbarkeit installierter Bogenoffsetmaschinen signifikant gesteigert

werden kann. So liefern Sensoren in den Maschinen permanent Informationen, wobei ungeheure Datenmengen zusammenkommen: 40 Millionen Datensätze pro Maschine und Monat sammelt Heidelberg mit Ferndiagnose- und Fernwartungsservices. Rund 10.000 Heidelberg-Maschinen sind mittlerweile weltweit vernetzt und liefern Daten über den Zustand der Systeme. Schon heute können 70% der möglichen Probleme einer Maschine aus der Ferne gelöst werden. «Wir arbeiten aber darauf hin, dass Fehler erst gar nicht entstehen. Mit der Funktion des Predictive Monitoring überprüfen wir kontinuierlich die Daten einer Maschine und gleichen sie mit Sollwerten ab. So können wir Fehler vorhersehen, lange bevor es zum Maschinenstillstand kommt», sagt Michael Knörle. Das geht deutlich weiter als herkömmliche Techniker-Einsätze. Die Verfügbarkeit und Zuverlässigkeit der Maschinen ist damit exakt planbar.

Auf Dauer positiv

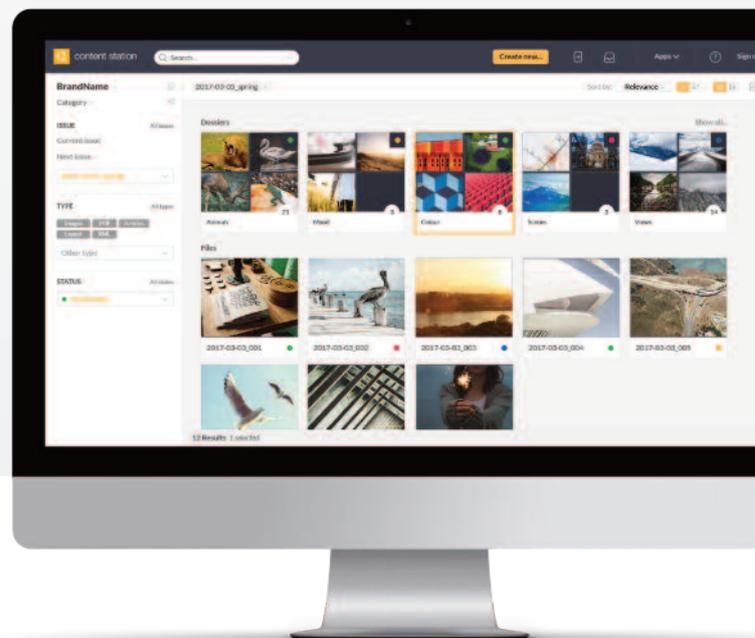
Zusammen mit solchen Angeboten haben Schweizer Druckereien eine gute Chance auch im internationalen Wettbewerb, meint Reginald Rettig: «Vorausgesetzt die Kostenseite ist optimiert, lassen sich mit dem Know-how, das Schweizer Drucker nun einmal haben, Spezialitäten anbieten, die anderswo kaum realisierbar sind. Bei den Arbeitszeiten ist die Schweiz schon deutlich flexibler als andere Länder. Das könnte sich auf Dauer positiv auswirken.»

Daher sieht er für seinen Nachfolger durchaus gute Aussichten. «Mit den guten Zahlen haben wir in den letzten Jahren immer wieder bewiesen, wie wichtig der Schweizer Markt für Heidelberg ist – und bleibt», resümiert Reginald Rettig. «Heidelberg Schweiz ist noch immer eine Perle im Konzern.»

› www.heidelberg.com/ch



enterprise aurora



**Erstellen Sie hochwertige Inhalte –
in jedem Format für jeden Kanal**

Mehr unter www.a-f.ch/blog/aurora