



»Die Druckindustrie ist nun einmal kein Wachstumsmarkt«

Nun ist die Aufregung wieder groß. Heidelberg hat eine Gewinnwarnung herausgegeben und die Tages- und Wirtschaftspresse sieht die Anleger enttäuscht. Weniger Kritik gab es bei den Wettbewerbern KBA und MAN Roland – doch auch die haben im Jahr 2007 nicht zulegen können. Ist das Ende der Stange erreicht?

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay

Fast wäre man versucht, Gerd Finkbeiner, dem Vorstandschef von MAN Roland, »hellseherische Kräfte« zuzuschreiben. Schließlich war er der erste in der Riege der großen drei deutschen Druckmaschinenhersteller, der der Öffentlichkeit das Geschäftsergebnis 2007 präsentierte. Zwar konnte er auf ein gestiegenes Ergebnis auf nunmehr 125 Mio. € verweisen, doch musste er einräumen, dass 2007 kein Wachstumjahr war.

Die Druckindustrie sei zwar nach wie vor hoch innovativ, sagte Finkbeiner, doch eine Prognose für das laufende Jahr wollte er nicht abgeben. Statt dessen warnte Gerd Finkbeiner bereits im Februar: »Es macht keinen Sinn, Wachstumsperspektiven in einen Markt hinein zu interpretieren, die nicht bestehen. Keiner weiß genau, wie sich der Markt entwickelt: Die Schätzungen reichen von minus zwei bis plus fünf Prozent. Fakt aber ist: die Druckindustrie ist keine Wachstumsindustrie.« Zudem glaubt Finkbeiner, dass die Banken nach den aktuellen Entwicklungen in den Finanzmärkten noch konservativer und zurückhaltender bei der Kreditvergabe würden.

Diese Vorsicht scheint angebracht, denn der Auftragseingang ging bei MAN Roland um 6% auf 1.766 Mio. € zurück. Auch die Umsätze des Jahres 2007 sanken bei einem Exportanteil von 84% um 6% auf 1.936 Mio. €. MAN Roland verfügte Ende 2007 über einen Auftragsbestand von 1.042 Mio. €, 17% weniger als 2006, was Gerd Finkbeiner im Wesentlichen mit der Abarbeitung außergewöhnlicher Großaufträge begründet.

DAMIT TEILT ER DAS LEID seiner Kollegen von KBA und Heidelberg. Auch der KBA-Vorstandsvorsitzende Albrecht Bolza-Schünemann musste einräumen, dass man mit 1.703,7 Mio. € den Konzernumsatz im Geschäftsjahr 2007 zwar fast den Rekordwert des Vorjahres (1.741,9 Mio. €) erreicht habe (der Überschuss stieg dabei von 34,3 Mio. € im Jahr 2006 auf 49,0 Mio. €), dass der Auftragseingang jedoch mit 1.546,9 Mio. € um 6,2% hinter dem Vorjahr (1.649,7 Mio. €) zurückblieb. Als Grund für den Rückgang nannte er die konjunkturelle Abkühlung in den USA, die relativ verhaltene Investitionsneigung bei Großanlagen und den Nachfrageeinbruch im inzwischen verkauften Segment Illustrationstiefdruck. Entsprechend habe sich der Auftragsbestand zum Jahresende auf 791,9 Mio. € (2006 fast 950 Mio. €) verringert. Mit rund 857 Mio. € waren die Erlöse der Bogenoffsetsparte in 2007 um 1,6% niedriger als 2006. Hauptumsatzträger war das Mittelformat, doch ging der Auftragseingang – belastet durch die Finanzkrise in den USA und den durch die Euro-Aufwertung verschärften Wettbewerb mit japanischen

Herstellern – um 10,5% zurück, so Albrecht Bolza-Schünemann, der keine rosa Zukunft zeichnet. »Unter der Prämisse einer einigermaßen stabilen weltwirtschaftlichen Entwicklung erwarten wir für 2008 einen reduzierten Konzernumsatz von etwa 1,6 Milliarden Euro.«

DIESE RUND 100 MILLIONEN EURO hat Heidelberg offensichtlich schon im Geschäftsjahr 2007/2008, das am 31. März endete, eingebüßt und damit seine Ziele nicht erreicht: weder beim Umsatz, noch beim Betriebsergebnis und auch nicht beim Gewinn, wie der Heidelberg-Vorstand mitteilte. Nun ist in Heidelberg die Rede von »Personal- und Strukturanpassungen«. Der Umsatz der Heidelberg-Gruppe liegt laut Vorstand nach vorläufiger Einschätzung nicht wie erwartet auf Vorjahresniveau bei rund 3,8 Mrd. €, sondern rund 3% niedriger. Dies wird sich nach Angaben des Unternehmens auch negativ auf das betriebliche Ergebnis auswirken, das sich noch nicht genau beziffern lässt. Es soll jedoch mindestens 260 Mio. € betragen. Und auch bei Heidelberg machen die Auftragseingänge Sorgen, nachdem diese im Quartal vor der drupa hinter den Erwartungen zurückblieben.

Den weiteren Geschäftsverlauf sieht Vorstandschef Bernhard Schreier bei zurück gehenden Konjunkturdaten kritisch. Sollte sich diese Tendenz nach der drupa bestätigen, will Heidelberg Personal- und Strukturanpassungen vornehmen. Zudem will Heidelberg Maßnahmen zur Reduzierung der Abhängigkeit von Währungsschwankungen und der Zyklizität der Werbebranche ergreifen und strebt eine Produktionsausweitung außerhalb des Euroraums an. Aufgrund des gesunkenen Marktvolumens und des durch den Verkauf an Cerutti wegfallenden Tiefdruckgeschäfts wird auch KBA an der Kapazitätsanpassung seiner Standorte festhalten.

DIE AUFREGUNG im Lager der Wirtschafts- und Tagespresse, die davon berichtet, Heidelberg habe abermals die Anleger enttäuscht, ist dabei nicht ganz nachvollziehbar. Bereits im Sommer 2007 hatte Bernhard Schreier in einem Interview eingeräumt, dass man eine Wachstumsdelle erwarte. Dies deckt sich mit den Aussagen seiner Kollegen von KBA und MAN Roland. Analysten wie Wirtschafts-Journalisten wollen davon aber scheinbar nichts hören oder lesen. Statt dessen wirft man den Managern der Druckmaschinenhersteller fehlenden Weitblick vor. Muss man das verstehen?

› www.heidelberg.com › www.kba-print.de › www.man-roland.de

