



Eine Frage der Überzeugung

Heidelberg-Vorstand Stephan Plenz sieht viel Potenzial in Integration und Ökologie, wenn sich die Unternehmen damit identifizieren

Die Erfolgsgeschichte ist beachtlich. 1949 gründeten Kurt Stahl und Adolf I. Döpfert die Stahl & Co. Maschinenfabrik in Ludwigsburg und präsentierten 1950 die erste Falzmaschine, die Stahl eigenhändig gebaut hatte. Der Kaufmann Döpfert baute den Vertrieb auf, der sich in den ersten Jahren auf Deutschland beschränkte und danach durch das weltweite Vertriebsnetz von Heidelberg ausgebaut wurde. 1960 wurde der heutige Standort in Ludwigsburg bezogen, wo 1968 die 10.000. Falzmaschine montiert und 1980 die 20.000. Maschine ausgeliefert wurde. Die Modelle der 60er-Jahre waren die »Stahl Variabel« mit Arbeitsbreiten von 58 bis 100 cm und Kombifalzmaschinen mit Breiten bis 86 cm. Die Stahl-O-Mat-Generation wurde 1977 eingeführt, 1984 folgte mit der »KC Compact« die erste Kombifalzmaschine mit elektronischem Falzschwert. 1986 kam die automatische Taschenfalzmaschine, auf der drupa 1995 die Taschen- und Kombifalzmaschinen TD- und KD-Baureihen. Mit Stahlfolder TH/KH wurde eine komplett neue Generation von Falzmaschinen auf der drupa 2004 vorgestellt, ein Highlight der drupa 2008 war der 230 m/Min schnelle Stahlfolder KH 82 mit automatisiertem Kreuzbruch.

Kein Fortschritt beim Falzen?

Doch bei aller Jubiläumsfreude und den Fortschritten der letzten 60 Jahre: prinzipiell hat sich beim Konstruktionsprinzip der Falzmaschinen nicht viel geändert. Gibt es hier keine neuen Verfahrensansätze? »Wir haben uns das Falzen sehr intensiv angesehen, ob es Möglichkeiten gibt, anders zu falzen. Ja, die gibt es,« sagt Stephan Plenz, Technikvorstand bei Heidelberg. »Aber gibt es auch einen wirtschaftlicheren Weg? Schauen Sie sich die Geschwindigkeit und die Laufsicherheit moderner Falzmaschinen an – die Logik des Prinzips ist einfach genial. Ich schließe aus, dass ein Pflugfalz oder andere Methoden diese beiden Falzverfahren verdrängen werden. Natürlich wird die Entwicklung weitergehen und wir werden das Handling verbessern, die Automatisierung vorantreiben und die Abhängigkeit von der Qualität des Bedieners reduzieren. Das ist in der Weiterverarbeitung ein großes Thema. Sie finden in vielen Regionen ja kaum noch gute Leute. Aber am Konstruktionsprinzip ändert das nichts.« Was durchaus nachzuvollziehen ist. Bei Investitionen steht immer die Frage nach den Kosten pro Bogen im Vordergrund. Man erzielt keine Produktivitätssteigerungen, indem man mal ein bisschen schneller oder län-

Heidelberg feierte 60 Jahre Stahlfolder aus Ludwigsburg. Postpress ist für das Unternehmen ein integraler Bestandteil der Produktpalette mit einem nicht unerheblichen Umsatzanteil geworden. Wir sprachen mit dem Technikvorstand Stephan Plenz über die Strategie und die aktuellen Trends in der Druckweiterverarbeitung.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



»Technisch gesehen ist das Thema Vernetzung und Integration durch. Aber wenn die Mannschaft nicht mitspielt, kann man den besten Workflow an die Wand fahren. Der Betrieb muss bereit sein, sich zu einem industriellen Betrieb zu entwickeln«, so Stephan Plenz, Vorstand Technik bei der Heidelberger Druckmaschinen AG.

ger arbeitet. »Das geht nur, wenn intelligente Technik eingesetzt wird. Und die Anwender wollen die Technik verstehen und wissen, welche Produktivitätssteigerung eine Maschine in Drucksaal oder Buchbindelei bringt. Das machen sie nicht aus Technikverliebtheit, sondern um damit Geld zu verdienen,« ergänzt Stephan Plenz und entkräftigt damit gleich das Argument, viele Drucker und Buchbinder seien »einfach nur technikverliebt«.

Rentable Sparte?

Nun positioniert sich Heidelberg als Lösungsanbieter mit integrierten Prozessen von der Vorstufe über den Druck bis hin zur Weiterverarbeitung inklusive der passenden Beratung, den Verbrauchsmaterialien und dem Service. Aber die Ergebnisse von Heidelberg im Postpress-Bereich waren bisher nie berauschend.

Das Problem, schwarze Zahlen zu schreiben, liege darin, dass in den

veröffentlichten Zahlen immer die Ergebnisse der Bereiche Postpress Commercial und Postpress Packaging zusammengefasst seien. »Gerade im Bereich Packaging haben wir in den letzten Jahren sehr viel investiert und zusätzlich große Anstrengungen bei den Klebebindern unternommen. Diese Investitionen haben das Ergebnis belastet«, so Technikvorstand Stephan Plenz. Betrachte man die Bereiche getrennt, habe der Bereich Postpress Commercial schon in den letzten Jahren Geld verdient. »Hier sind wir mit unseren Produkten, angefangen von den Falzmaschinen bis hin zu den Sammelheftern, sehr gut im Markt positioniert.«

Dass der Packaging-Bereich so lange braucht, um in die schwarzen Zahlen zu kommen, hat jedoch mehrere Aspekte, wie Stephan Plenz unumwunden zugibt. »Im Verpackungsbereich war der Vertrieb viele Jahre nur auf die Druckmaschinen fokussiert. Andererseits verlangt die Marktsitua-



tion auch nach einem langen Atem. Die Kunden müssen zuerst Vertrauen in Heidelberg auf der Weiterverarbeitungsseite im Packaging gewinnen. Dies erfordert Referenzinstallationen, die eine gewisse Laufzeit brauchen. Im Zuge der Umstrukturierung bauen wir jetzt die Produktion der Stanzen in Wiesloch-Walldorf neu auf und integrieren die

Entwicklung in Heidelberg. Die Produktion der Faltschachtelklebmaschinen wurde in die Slowakei übersiedelt. Damit werden wir wettbewerbsfähiger.«

Vertriebsseitig hat sich Heidelberg Postpress Packaging ohnehin neu aufgestellt, viel investiert und den regionalen Vertrieb noch weiter verstärkt. Allerdings ist der noch immer

Übersicht und Orientierung.

«Pressespiegel» – Die Medien- und Kommunikationsbranche wöchentlich im Überblick.

Jetzt kostenlos abonnieren auf www.mediaforum.ch

mediaforum.ch

Branchenportal für Kommunikation und Medienproduktion

wachstumsorientierte Verpackungsmarkt auch hart umkämpft. Auch wenn Stephan Plenz davon überzeugt ist, dass Heidelberg die gesteckten Ziele erreichen wird, räumt er ein: »Es ist ein anspruchsvoller Weg, hier signifikante Marktanteile zu erzielen.«

Und das Großformat?

Womit man auch im Gespräch fast zwangsläufig beim Thema Großformat-Druckmaschinen angekommen ist. Heidelberg geht davon aus, dass 2008 weltweit knapp 100 Maschi-

nen in diesem Marktsegment verkauft wurden und man einen Marktanteil von über 20% erzielt habe. Gerade im Verpackungsdruck nutzen große Unternehmen ihre Stärke und verdrängen kleinere Unternehmen, die mit älteren Maschinen arbeiten. »Wenn sie die Produktivitätssteigerungen moderner Technologien an sich vorbeiziehen lassen, sind die Betriebe über kurz oder lang nicht mehr wettbewerbsfähig. Es sei denn, sie verkaufen sich unter der Abschreibung der Maschinen. Aber das ist kein Geschäftsgebaren, das weitere Investitionen fördert,« erläutert Stephan Plenz. Vielmehr bekämen diese Betriebe früher oder später Probleme oder seien vom Markt verschwunden. »Diejenigen, die investieren, wachsen weiter und erzielen gute Renditen. Dort ergeben sich zum Beispiel durch integrative Prozesse ganz andere Perspektiven als bei Betrieben, die sich einigeln und hoffen, dass die Krise vorbeigeht.«

Potenzial der Integration

Viele Unternehmen setzen gerade zurzeit mehr und mehr auf Transparenz, weil in der Weiterverarbeitung noch ein enormes Potenzial steckt, um die Produktivität der Betriebe zu steigern.

Hier ist Heidelberg überzeugt, dass es der Postpressmanager samt Integration in ein MIS-System ermöglicht, Aufträge in Echtzeit zu verfolgen und damit Engpässe analysieren kann. »Wenn die Integration in Prinect und die Automatisierung durch die Voreinstellendaten angestrebt wird, zieht die mehrstufige Druckerei den größeren Nutzen daraus. Der hohe Automatisierungsgrad unserer Lösungen, der ein schnelleres und sicheres Rüsten ermöglicht, zielt aber auch auf Buchbinder ab. Allerdings müssen wir dort mehr Überzeugungsarbeit leisten, um zu

verdeutlichen, dass die Automatisierung dem Buchbinder hilft, in seinem Handwerk professioneller zu werden, erklärt Stephan Plenz.

Dabei sieht er das Problem nicht, dass in den meisten Betrieben verschiedene Maschinengenerationen im Einsatz sind. »Man muss mit der Integration irgendwann beginnen, sonst sind alle anderen damit fertig, und ich habe immer noch nicht angefangen. Auch ältere Maschinen lassen sich mit BDE-Terminals einbinden. Mit der Zeit wird man aber erkennen, dass es besser ist, in Produkte zu investieren, die komplett eingebunden werden können. Ab einer gewissen Größe brauchen Druckereien einfach ein ERP-System, um ihren Betrieb zu steuern«, ist Stephan Plenz überzeugt.

Denn technisch gesehen ist das Thema lösbar. Das Schwierigere in den meisten Betrieben ist, die Mannschaft dafür zu gewinnen. Wenn die Mannschaft nicht mitspielt, kann man den besten Workflow an die Wand fahren. Der Betrieb muss bereit sein, sich zu einem industriellen Betrieb zu entwickeln.

Ökologie ist auch Überzeugungssache

Das gleiche gilt ja auch, wenn es um die ökologische Einstellung eines Unternehmens geht. Da kann Heidelberg noch so viele Akzente im Druck setzen, möglicherweise geht das an den Betrieben der Weiterverarbeitung vorbei.

Da ist Stephan Plenz jedoch ganz anderer Meinung: »Doch, das ist ein Thema. Wir haben uns die wesentlichen Funktionen angesehen und konzentrieren uns darauf, den Energieverbrauch der Maschinen zu reduzieren und die Makulaturrate weiter zu senken. Und auch wenn Klebstoffe schnell trocknen und wenig ausdünsten, ist das positiv. Wir tragen PUR nicht mehr über Walzen-

leimwerke, sondern mit Düsen auf, wodurch es nicht mehr zu einer ständigen Ausgasung kommt. Was uns noch einmal einen Schritt nach vorn bringen wird, ist die Leimauftragsüberwachung. Damit geben wir dem Buchbinder die Sicherheit, dass der Leim in der geforderten Breite und Dicke aufgetragen wurde.«

Profitbringer Buchbinderei?

Bevor wir aber in zu viel technische Details eingestiegen sind, konnten wir uns die Frage an den Heidelberg-Manager nicht verkneifen, ob es richtig sei, in der Weiterverarbeitung leichter Geld verdienen zu können, als im Druck. Die Antwort musste von Stephan Plenz mehr als spontan kommen: »Man kann auch im Druck noch gutes Geld verdienen. Wenn Sie nur Standardprodukte anbieten, sind Sie austauschbar und können kaum etwas verdienen. Wenn Sie Gesamtprozesse und Endprodukte mit einer hohen Wertschöpfung anbieten, sieht das schon ganz anders aus. Da sehe ich schon eine Tendenz, dass die Weiterverarbeitung der entscheidende Faktor in der Wirtschaftlichkeit sein kann.«

Aber die momentane wirtschaftliche Situation zwingt ohnehin jeden dazu, das Engagement in einzelnen Produktsegmenten – auch in den Produktionsbetrieben – zu überdenken, sagt Stephan Plenz. »Wir müssen unsere Aktivitäten ebenfalls permanent überprüfen. Unsere Entscheidung ist aber eindeutig. Wir verfügen über Produkte, die unsere Kunden benötigen. Postpress ist aus unserer Sicht ein Wachstumsmarkt. Der Kontakt mit vielen Kunden zeigt, dass sich unsere Anstrengungen lohnen. Im Packaging-Markt punkten wir mit unseren Großformatmaschinen und gewinnen darüber auch in der Weiterverarbeitung an Stärke.«

➤ www.heidelberg.com



Wein und Pasta – was braucht es mehr? Man sitzt zwischen Regalen mit Antipasti, Teigwaren und Weinen aus allen Gegenden Italiens und isst eines der beiden unkomplizierten Pastagerichte: schnell, ohne Firlefanz, hergestellt und serviert mit italienischer Herzlichkeit. Dazu im kommunikativen Ambiente ein Glas Wein, einen Espresso – mehr nicht.

Seefeldstrasse 27 • 8008 Zürich
043 243 69 30