

«Das Kerngeschäft Druck ist für Heidelberg absolut vital und wichtig. Es macht den überwiegenden Teil unseres Umsatzes aus. Deswegen werden wir auch weiterhin in unser Kerngeschäft investieren, unsere Position weiter ausbauen und stärken», versichert Michael Knörle, Geschäftsleiter der Heidelberg Schweiz AG.

HEIDELBERG SCHWEIZ AG

# «Das Kerngeschäft Druck ist vital und wichtig.»

MICHAEL KNÖRLE, Geschäftsleiter der *Heidelberg Schweiz AG*, steuert das Unternehmen seit 2017 erfolgreich durch ruhige und stürmische Fahrwasser. Als Tochter eines Weltkonzerns, der sich aufgrund grosser Marktveränderungen seit Jahren in einer umfassenden Transformation befindet, ist das nicht immer leicht. Wir hatten Gelegenheit, mit ihm über den Schweizer Markt und die Auswirkungen globaler Entwicklungen auf die Schweiz zu sprechen und konnten dabei die gesamte Breite des *Heidelberg*-Portfolios streifen.

Von Klaus-Peter Nicolay

Gerade die zweite Hälfte seiner bisherigen Amtszeit verlief unter erschwerten Bedingungen. Die Pandemie, Probleme in der Lieferkette, daraus resultierende Preisexplosionen wie etwa beim Transport, den Rohstoffen und beim Papier, der russische Angriffskrieg auf die Ukraine mit extremen Auswirkungen auf die Energieversorgung und -preise, Inflation sowie Verunsicherung der Märkte und der Verbraucher sind grob zusammengefasst die Probleme, mit der praktisch alle Branchen zu kämpfen haben. Für die Druckindustrie kommt jedoch noch erschwerend eine sinkende Nachfrage nach Druck-Erzeugnissen im Akzidenz- und Werbedruck hinzu, die grosse wie kleine Druckereien betrifft.

In solchen Zeiten gehört sichere Planung nicht unbedingt zum Alltag. Doch für unser Gespräch hat sich MICHAEL KNÖRLE, Geschäftsleiter und Delegierter des Verwaltungsrates, Zeit genommen.

**Michael Knörle, trotz der ruppigen Zeiten gibt es möglicherweise so etwas wie einen Hoffnungsschimmer am Horizont.**

**Der Heidelberg-Konzern hat bei der Veröffentlichung der Zahlen für das 3. Quartal 2022/23 steigende Umsätze vor allem in Nordamerika und Europa gemeldet. Kann sich die Schweiz dem anschliessen?**

MICHAEL KNÖRLE: Auch in der Schweiz profitieren wir im laufenden Geschäftsjahr 2022/23 insgesamt von einer steigenden Nachfrage nach unseren Lösungen. Dabei geht der Trend – aufgrund der Orientierung vieler Akzidenzdrucker in Richtung neuer Geschäftsfelder – mehr in den Verpackungsdruck.

**Das ist ja interessant. Zum Thema Verpackung kommen wir später noch. Vorab würde mich (und unsere Leser) interessieren, wie sich die Heidelberg Schweiz AG generell während der fast drei Jahre Corona-Pandemie entwickelt hat? Und wie wirkt sich der Krieg in der Ukraine auf das Schweizer Geschäft aus?**

Wir spüren in einigen Bereichen einen Nachholeffekt bei den Investitionen, die sich während der Corona-Pandemie analog zum weltweiten Trend rückläufig entwickelt und aufgestaut hatten. Mit dem Auslaufen der Pandemie löst sich der Investitionsstau jetzt teilweise auf. Wir liegen daher voll auf Kurs und blicken optimistisch in die Zukunft.

**Die Druckereien haben aber über die Folgen der Pandemie hinaus noch mit den gestiegenen Energiepreisen zu kämpfen. Dazu kommt noch der starke Franken. Welche Bedeutung für Euer Geschäft haben diese Faktoren derzeit?**

Das Thema Energie betrifft alle Branchen wie auch die privaten Haushalte. Wir von *Heidelberg* haben uns schon seit längerer Zeit mit den Themen Energie beschäftigt. Wir sind uns bewusst, dass Energie heute und in Zukunft wohl ein sehr knappes und teures Gut sein wird.

Zusammen mit unseren Kunden wollen wir auch beim Thema Energieeffizienz Vorreiter in der Branche sein. Aufgrund unserer Technologie- und Datenkompetenz sind wir in der Lage, unseren Kunden attraktive Angebote für eine energieeffiziente Produktion zu machen und sie darüber hinaus umfassend zu beraten.

«Es gibt gute Gründe für uns als Heidelberg Schweiz AG positiv auf 2023 zu schauen. Unser klares Ziel: Unsere Marktposition in dem weiter konsolidierenden Markt halten und in einigen Bereichen wie Verpackung, Digital und Lifecycle zu verstärken», sagt Michael Knörle.

>



«KI ist der Schlüssel zu fast allen Prozessen. Hinter vielen Komponenten und Systemen von Heidelberg stecken Vernetzung, Big Data, Datenanalyse und Algorithmen. Autonomes Drucken wäre ohne KI nicht möglich», erläutert Michael Knörle.

Deshalb wurde auch bei den Antrieben der Maschinen auf die modernste Motoren-Generation «Sinus 95 Prozent Wirkungsgrad» umgestellt sowie eine Stand-by-Funktion eingeführt. Zudem bieten wir Energiemessgeräte an, die den aktuellen Verbrauch messen. Weiter bieten wir den Kunden Performance-Energie-Beratung an. Der starke Franken im Bezug zum Wechselkurs hat nach wie vor einen positiven Impact im Schweizer Markt, leider wird jedoch seit geraumer Zeit aufgrund der bekannten stetigen Preiserhöhungen dieser Einflussfaktor irrelevant.

**Du hattest eben erwähnt, dass der Verpackungsbereich weiterhin stark wächst – auch bei Heidelberg. Vermisst Ihr da nicht eine digitale Lösung, nachdem die Primefire eingestellt wurde?**

Nein, die *Heidelberg Schweiz AG* und die *Gallus Ferd. Rüesch AG* verstärken ihre Zusammenarbeit in der Zukunft und wir fokussieren uns mit der *Gallus Labelfire* sowie der neuen *Gallus One* mit attraktiven digitalen Inkjet-Lösungen auf den wachsenden Etikettenmarkt. Gerade die neue *Gallus One* ist so konzipiert, dass die Betriebskosten beziehungsweise die TCO (Total Cost of Ownership) nicht länger ein Hindernis für den Umstieg auf digitale Rolle-zu-Rolle-Etiketten sind. Erreicht wird dies durch eine höchstmögliche Automatisierung und cloudbasierte Technologien. Markenartikler erhalten damit Zugang zu kostengünstigen, nachhaltigen, qualitativ hochwertigen Etiketten. Sowohl die *Gallus Labelfire* als auch die *Gallus One* setzen in ihren Marktsegmenten dabei Standards bei Produktivität und Druckqualität.

**Reden wir da nicht aneinander vorbei? Druckereien, die sich ins Packaging vorwagen, wollen keine Etiketten drucken – auch wenn das Gebiet zur Verpackung zählt – die wollen Verpackungen drucken.**

Nein, kein Missverständnis. Wir sehen auf absehbare Zeit nicht, dass sich der Digitaldruck im Verpackungsbeziehungsweise Faltschachteldruck durchsetzen wird. Existierende Anwendungen entwickeln sich nur zögerlich und befinden sich in der Nische. *Heidelberg* ist heute Marktführer im Verpackungsdruck und mit seinen hochautomatisierten und integrierten Bogenoffsetlösungen exzellent in diesem Bereich aufgestellt. Da ist für jeden, der ins Packaging einsteigen will, etwas dabei. Wir erzielen übrigens rund 50 Prozent unseres konzernweiten Umsatzes in diesem Segment und wollen weiter wachsen.

**Wie steht es denn generell mit dem Digitaldruck?**

Unsere langjährige Kooperation mit *Ricoh* ist eine Erfolgsgeschichte. Mit den Digitaldrucksystemen *Versafire EV* und *Versafire EP* sind wir im A3-Format weltweit im Markt vertreten. Die Systeme sind über das *Prinect Digital Front End* vollständig in den *Prinect Workflow* integriert, was ein echter USP ist. *Heidelberg* bietet Kunden damit die Möglichkeit einer nahtlos integrierten Produktion für unterschiedliche Auflagen im Digital- und Offset-Druck.

**Aus Wiesloch hört man immer wieder, man werde weiter in digitale Drucktechniken investieren. Zu sehen ist aber nur etwas bei Gallus.**

Die *Heidelberg* Inkjet-Technologieplattform hat sich im Segment Lebel durchgesetzt. Wir besitzen grosses Know-how im industriellen Inkjet und fokussieren uns auf den industriellen Einsatz der Inkjet-Technologie im Wachstumsmarkt des digitalen Etikettendrucks. Die Bedeutung des Digitaldrucks wird aber generell zunehmen. Damit sind die Probleme der Branche aber längst nicht gelöst.

>

Bringe deine Botschaft in  
Form mit KuvertExtra

PAPYRUS **swiss  
paper  
club**

+41 58 580 58 00

[swisspaperclub@papyrus.com](mailto:swisspaperclub@papyrus.com)

[swisspaperclub.ch](http://swisspaperclub.ch)



Denn wie im Offsetdruck geht der Trend zu immer höherer Produktivität, mehr Automatisierung und Nachhaltigkeit.

Und da der Fachkräftemangel in der Branche weiter zunimmt, spielen die Integration der verschiedenen Technologien in bestehende Workflows im Hinblick auf eine weitgehend automatisierte End-to-End-Produktion für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit eine immer grössere Rolle.

**Bei der Veröffentlichung der Zahlen für das Geschäftsjahr 2021/22 wurde davon gesprochen, dass neue Geschäftsfelder erschlossen werden sollen. Gibt es da etwas Konkretes, was für die Schweiz relevant sein könnte?**

Wir fahren hier zweigleisig. Das Kerngeschäft Druck ist für Heidelberg absolut vital und wichtig, denn es macht heute den überwiegenden Teil von unserem Umsatz aus. Deswegen werden wir auch weiterhin ins Kerngeschäft investieren. Wir werden hier unsere Position weiter ausbauen und stärken. Wir haben den Anspruch, dass wir bei Heidelberg auch in Zukunft die Druckindustrie weiterhin stark prägen wollen – mit Technologie, mit Ideen, mit Kompetenz.

Zudem wollen wir parallel zum Kerngeschäft weitere Standbeine aufbauen und das Geschäftsportfolio von Heidelberg verbreitern, ohne das Kerngeschäft zu vernachlässigen. Ein erstes dieser Standbeine ist die Elektromobilität, und wir suchen noch nach weiteren, in denen wir unser technologisches Potenzial nutzen können.

Auch in der Schweiz bieten wir die Ladelösungen für Elektroautos der Heidelberg Tochtergesellschaft *Amperfiel* an. Dazu arbeiten unsere Kollegen mit Fachhändlern wie der *Palotec AG* zusammen, die unsere Wallboxen vertreiben. Die *Heidelberg Schweiz AG* unterstützt das neue Geschäftsfeld und kann das gesamte Portfolio an privaten, öffentlichen und gewerblichen Ladelösungen in der Schweiz anbieten.

**Nach meinen Informationen ist der Anteil der Wallbox am Heidelberg-Umsatz gegenüber den 97 Prozent, die auf das Kerngeschäft Druck entfallen, noch gering, aber ein wichtiger Beitrag zur Ökologie. Ohnehin strebt Heidelberg ja mehr Nachhaltigkeit im Druckprozess an.**

**Ist die Kampagne zur Energieeffizienz, die kürzlich angelaufen ist, auch für die Schweiz ein Thema? Ich frage deshalb, weil die Speedmaster laut Presseinformation zunächst nur in Deutschland mit**

**einem speziellen Energie-Messgerät ausgestattet wird?**

Die von Heidelberg initiierte Energieeffizienzkampagne hat viele Facetten und die Energieeffizienz der *Speedmaster XL106* war ja nur der Kampagnenaufakt. Das von Dir erwähnte Messgerät ist auch nur ein Ausstattungsmerkmal der Maschine und unabhängig von dem Prinzip, dass eine Druckmaschine einen Basis-Energiebedarf zur Deckung der grundlegenden Betriebsfunktionen benötigt. Über diesen Wert hinaus wächst der Energiebedarf linear mit steigender Druckgeschwindigkeit. Da sich dann aber der Basis-Energiebedarf auf mehr gedruckte Bogen verteilt, verbessert sich die Energieeffizienz.

Am effizientesten arbeitet eine Druckmaschine also, wenn ein Auftrag mit voller Geschwindigkeit – am besten voll automatisiert gedruckt wird – und wenn das System danach, falls nicht sofort ein Folgeauftrag vorliegt, in den Stand-by-Betrieb geht. Zudem zeigt der Vergleich einer *Speedmaster CD 102-6+L* aus dem Jahr 1990 mit der aktuellen *Speedmaster XL 106-6+L*, dass der Energieverbrauch pro 1.000 Bogen von 13,8 Kilowattstunden auf acht Kilowattstunden und damit um 40 Prozent gesenkt werden konnte. Verantwortlich dafür ist eine Vielzahl von Innovationen und Verbesserungen über das gesamte System hinweg.

Und das gilt selbstverständlich auch für Druckereien in der Schweiz. Die ersten Maschinen dieser Generation in der Schweiz wurden alle mit diesem Messgerät ausgeliefert.

**Nach den Worten Eures Vorstandsvorsitzenden Dr. Monz will Heidelberg vor dem Hintergrund der allgemeinen Teuerungswelle die Preise erhöhen. Verkraften das die Drucker überhaupt noch? Die können ja die gestiegenen Preise für das Papier schon kaum an den Markt weitergeben.**

Um den deutlichen Kostensteigerungen bei Rohstoffen und Vorprodukten entgegenzuwirken, haben auch wir unsere Preise entsprechend anpassen müssen. Wir rechnen auch weiterhin mit signifikanten Kostensteigerungen bei Material und Energie. Hier steuern wir dagegen, indem wir unsere Kostendisziplin beibehalten. Bei den Verbrauchsmaterialien ist die Situation aktuell sehr komplex und wir erhalten noch immer Preiserhöhungen von einzelnen Lieferanten. Wir beobachten die Lage jedoch täglich und steuern unsere Lagerbestände bestmöglich, um zeitnah gegenüber unseren Kunden reagieren zu können.



Zur Legende wurde die Speedmaster in einer ganz anderen Sphäre als der Druckindustrie; und zwar als erste Armbanduhr auf dem Mond: Als Buzz Aldrin am 21. Juli 1969 den Mond betrat, trug er eine Speedmaster. Omega, der Uhrenhersteller, gestattete Heidelberg, diesen Namen für die Offsetmaschine, die 1974 auf den Markt kam, zu nutzen. Seither ist die Speedmaster der Inbegriff für die Weiterentwicklung im Offsetdruck. Die Abbildung unten gibt einen Eindruck davon, wie die Technologie über die letzten Jahrzehnte fortgeschritten ist.



**In jüngster Zeit könnte man fast den Eindruck gewinnen, in der Druckindustrie ginge es nur noch um Verpackungen. Und wie Du eingangs erwähnt hast, wollen noch mehr Druckereien in das Segment umsteigen. Wie steht Heidelberg eigentlich noch zum Akzidenzdruck?**

Auch wenn er weltweit nicht so starke Wachstumsraten aufweist, bleibt der Akzidenzdruck das stärkste Marktsegment in der Schweiz. Viele Verpackungsdruker haben in den letzten Jahren aufgrund der hohen Kosten die Produktion ins Ausland verlegt.

Der Akzidenzdruck gehört für *Heidelberg* also weiterhin genauso zum Kerngeschäft wie der Verpackungsdruck. Bezogen auf das weltweite Druckproduktionsvolumen ist der Akzidenz- oder Commercial-Markt mit rund 40 Prozent zudem das grösste Marktsegment. Die Konsolidierung der Druckereien im Werbe- und Verlagsdruck hält zwar weiter an, führt jedoch in den industriellen Druckereibetrieben, die sich zum grossen Teil auf standardisierbare Druckprodukte fokussieren, zu einer verstärkten Nachfrage nach besonders hochleistungsfähigen, automatisierten und digital vernetzten Produktionssystemen.

Daher zielen viele unserer Innovationen auf Effizienzsteigerungen in diesem Marktsegment. Dazu gehören beispielsweise unsere neue Universalmaschine *Speedmaster CX 104* oder auch die *Speedmaster CX 75*. Beide bedienen den steigenden Bedarf an flexiblen Drucksystemen mit unterschiedlichen Automatisierungslösungen und -varianten im Akzidenzdruck. Auch die Druckplattenlogistik *Plate-to-Unit*, die in Verbindung mit dem *Push-to-Stop*-Konzept die industrielle Druckproduktion wirtschaftlicher macht, sowie die Roboterlösung *P-Stacker* in der Weiterverarbeitung adressiert den Bedarf unserer Akzidenzkunden.

**Da hat in vielen Fällen auch Künstliche Intelligenz die Finger im Spiel. Wie wird KI die grafische Branche verändern?**

Total! KI ist der Schlüssel zu fast allen Anwendungen und Prozessen. Wie Du richtig bemerkt hast, stecken



hinter vielen Komponenten und Systemen von *Heidelberg* Vernetzung, Big Data, Datenanalyse und Algorithmen. Autonomes Drucken wäre ohne KI-Prozesse gar nicht machbar. Nur durch KI ist es möglich, einen Druckmaschinen-Produktionszyklus ohne menschliches Zutun zu überwachen.

Ein anderes Beispiel: Die täglichen Erfahrungen beim Einsatz von Puderapparaten an der Maschine X im Land Z werden gesammelt, fliessen mit den Werten Zig-Tausend anderer Pudergeräte zusammen, werden mithilfe von KI analysiert und schliesslich zu einem Produkt wie dem Powder Assistant.

**Welche Perspektiven und welche Ziele hat die Heidelberg Schweiz AG für das noch junge Jahr?**

Auch das laufende Jahr steht unter dem Eindruck von Russland-Ukraine-Konflikt, Energiekrise, Inflation etc. Es stehen uns eine Menge Herausforderungen bevor – aber alles in allem sind wir optimistisch. Es gibt gute Gründe für uns als *Heidelberg Schweiz AG*, positiv auf 2023 zu schauen. Unser klares Ziel – unsere Marktposition in dem weiter konsolidierenden Druckmarkt halten und in einigen Bereichen wie Verpackung, Postpress, Digital und Lifecycle zu verstärken.

**Vielen Dank für das Gespräch. Und viel Erfolg weiterhin.**



*Die Druckplattenlogistik Plate-to-Unit, die in Verbindung mit dem Push-to-Stop-Konzept die industrielle Druckproduktion wirtschaftlicher macht, adressiert den Bedarf der Akzidenzdruckereien. Und wäre ohne Künstliche Intelligenz gar nicht machbar.*

## BUCHBINDEREI GROLLIMUND

Binden ist Vertrauenssache

Buchbinderei Grollimund AG  
Industriestrasse 4, CH-4153 Reinach BL  
T +41 61 717 70 70, www.grolli.ch

