

HEIDELBERG ALLES GUTE ZUM 175.

Am 11. März 1850 vor 175 Jahren wurde in Frankenthal die *Glockengießerei und Maschinenfabrik Hemmer, Hamm & Co.* gegründet. Sie stellte neben Glocken auch Druckmaschinen her und ist die Keimzelle der heutigen *Heidelberger Druckmaschinen AG*. Die feierte Anfang Juni mit über 1.500 Gästen eine Jubiläumswoche.

Text und Bilder: Heidelberg

Präzision, Qualität und Innovation waren stets ausschlaggebend für den Erfolg der *Heidelberger Druckmaschinen* vom pfälzischen Handwerksbetrieb zu einem der bedeutendsten Global Player der Druckindustrie. «Wer über einen so langen Zeitraum erfolgreich ist, den Aufstieg an die Weltspitze seiner Industrie gemeistert hat und bis heute eine ganze Branche prägt, legt ein starkes Zeugnis über seine Innovationskraft ab. Das Verständnis für Märkte, Kunden und höchste Produktqualität prägen *Heidelberg*», sagt JÜRGEN OTTO, Vorstandsvorsitzender der *Heidelberger Druckmaschinen AG*, und fährt fort: «*Heidelberg* hat in den vergangenen 175 Jahren Beindruckendes geleistet. Wir haben allen Grund zur Zuversicht, dass wir mit unserer aktuellen Marktposition, den Kompetenzen und Mitarbeitenden sowie unseren globalen Kundenbeziehungen weiteres Wachstum in den nächsten Jahren schaffen.»

Mit Wachstumsstrategie in die Zukunft

Dazu erschliesst *Heidelberg* nach eigenen Angaben Wachstumspotenziale im Kerngeschäft, im Verpackungs- und Digitaldruck sowie bei Software- und Lifecycle-Produkten.



Jürgen Otto, Vorstandsvorsitzender der *Heidelberger Druckmaschinen AG*, und Dr. David Schmedding, Vorstand Technologie & Vertrieb, eröffnen in einem Festakt mit vielen Gästen aus der ganzen Welt das grösste Kundenvorführzentrum der Branche.

Allein im industriellen Digitaldruck inklusive Service und Verbrauchsmaterialien hat *Heidelberg* sein Angebot zuletzt deutlich ausgebaut. Nach Markteinschätzungen wächst der für *Heidelberg* erreichbare Digitaldruckmarkt von heute ca. 5 Mrd. € weltweit auf bis zu 7,5 Mrd. € im Jahr 2029 an.

Der Endkundenmarkt für Verpackungen ist in den vergangenen zehn Jahren weltweit um über 60% gewachsen, wovon auch *Heidelberg* profitiert. Mehr als 50% des Unternehmensumsatzes entfallen heute auf dieses Segment. Einer der Treiber des Markts ist der weltweite Trend, Plastik und Folien durch faserba-

sierte, recyclebare Verpackungen zu ersetzen.

Längst keine Zukunftsvisionen mehr sind autonome Druckprozesse, mit denen die Effizienz des Druckbetriebs steigt und sich Ressourcen sparen lassen. Bereits 2016 hat *Heidelberg* das *Push-to-Stop*-Konzept für einen weitestgehend bedienerunabhängigen Druckprozess vorgestellt. Der zur *drupa 2024* vorgestellte, KI-unterstützte *Prinect Touch Free Workflow* weist die Druckaufträge automatisiert dem effizientesten Produktionsweg und Ausgabesystem zu. Das gilt für Offset- und Digitalsysteme von *Heidelberg* sowie Drittanbietern und umfasst auch die Weiterverar-

beitung bis zum fertigen Endprodukt. Eine auf diese Weise gesteuerte hybride Druckproduktion steigert die Wettbewerbsfähigkeit von Druckereien deutlich.

Heidelberger Home of Print

Bei dem Festakt am 2. Juni wurde auch das neu gestaltete *Print Media Center (PMC)* als *Heidelberger Home of Print* in Wiesloch-Walldorf seiner Bestimmung übergeben. Auf einer Fläche von 9.000 m² sollen im Jahr rund 1.000 individuelle Präsentationen stattfinden, in denen Kunden meist mit ihren eigenen Druckjobs die Maschinen im Hinblick auf ihre konkreten Anforderungen testen. >

Meilensteine in der Heidelberg-Geschichte

Am 11. März 1850 wird in Frankenthal die *Glockengießerei und Maschinenfabrik Hemmer, Hamm & Co.* gegründet. Sie ist die Keimzelle der heutigen *Heidelberger Druckmaschinen AG*.



Am 11. März 1850 wird in Frankenthal die *Glockengießerei und Maschinenfabrik Hemmer, Hamm & Co.* gegründet.

1921 wird der erste *Heidelberger Tiegel* hergestellt. Ab 1926 wird der Druckautomat, der im Hochdruckverfahren arbeitet, am Fließband produziert. Bis 1985 entstehen über 160.000 Maschinen dieses Typs.

1926 wird HUBERT H. A. STERNBERG Vorstandsmitglied der *Schnellpressenfabrik Heidelberg AG*, wie das Unternehmen zu dieser Zeit heisst. Er bleibt Vorstand bis 1972 und prägt *Heidelberg* massgeblich. Er modernisiert die Produktion und die Vermarktung

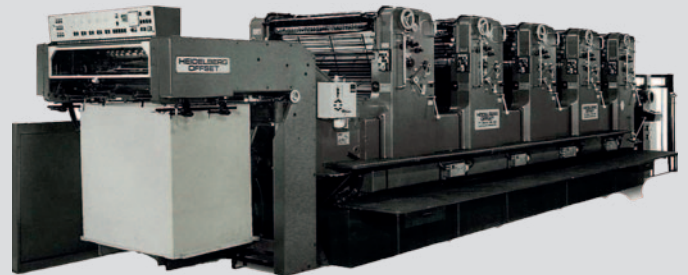


drupa 1951: Wirtschaftsminister Erhard besucht den Stand von Heidelberg. Der «Original Heidelberger Tiegel» bahnt Heidelberg den Weg an die Weltspitze.

und sorgt für Wachstum. 1949 organisiert er die erste deutsche Exportausstellung nach dem Zweiten Weltkrieg in den USA und ist 1951 Initiator der *drupa*, bis heute die globale Leitmesse der Branche ist.

1930 rollen die Vorführwagen an: Eine der Vermarktungsideen STERNBERGS ist es, potenziellen Kunden die *Heidelberg-Maschinen* vor Ort zu präsentieren. Dazu montierte man sie auf Lkw oder installierte sie in Omnibussen und schickte sie, begleitet von Technikern, weltweit in den Zielmärkten auf Verkaufstour. Zu den Vermarktungserfolgen tragen auch Werbeaktionen und Ratenzahlungssysteme bei. Publikumserfolg *drupa*: Die Internationale Messe *Druck und Papier (drupa)* 1951 zählt bei ihrer Pre-

miere 300.000 Besucher. *Heidelberg* präsentierte die Weiterentwicklung des *Tiegel* mit der Markenbezeichnung *Original Heidelberg*. Mit der *Kleinen Offset Rotation (KOR)* stieg *Heidelberg* 1962 in den Offset-Markt ein. 1965 folgt ihr die grössere Bogenoffset-Maschine *Rotaspeed*; 1972 geht mit dem *Großen Tiegel Offset (GTO)* ein Erfolgsmodell für die folgenden Jahre an den Start. 1975 revolutioniert die erste *Speedmaster* für den Mehrfarbendruck mit ihrer Produktivität von 11.000 Bogen pro Stunde den Markt. Sie wird ein Bestseller und ist bis heute tragende Stütze des *Heidelberg* Portfolios.



1974 wurde die Bogenoffset-Baureihe *Speedmaster* mit einer Geschwindigkeit von 11.000 Bogen pro Stunde präsentiert, die bis heute die führende Marktstellung des Unternehmens untermauert ...

1999 beteiligt sich *Heidelberg* zu 30% am Schweizer Druckmaschinenbauer *Gallus*, einem der grossen Anbieter im Etikettendruck, den das Unternehmen 2014 vollständig übernimmt. Mit gezielten Akquisitionen erweitert das Unternehmen ab 2000 das Portfolio in der Druckvorstufe und Weiterverarbeitung. Die Software *Prinect* vernetzt die Maschinen und leitet die Digitalisierung ein. 2004 verbindet *Heidelberg* die erste Druckmaschine mit dem Internet.

2005 wird der chinesische Produktionsstandort *Qingpu* eingeweiht, eine Säule im Produktionsnetzwerk mit wachsender Bedeutung.

Heidelberg führt auf der *drupa* 2016 das *Push-to-Stop*-Konzept ein – ein konsequenter Schritt in Richtung autonomes Drucken. 2018 kommen erste Wallboxen aus Wiesloch-Walldorf. Das Tochterunternehmen *Amperfiel* erschliesst das neue Geschäftsfeld Elektromobilität. Start der Robotik im Jahr 2020: Roboter treiben die Automatisierung des Druckprozesses auch in der Weiterverarbeitung und darüber hinaus voran.

2024 stellt *Heidelberg* die Kooperation mit *Canon* vor und bietet nach dem Ausstieg aus der eigenen Entwicklung 2000 wieder industriellen Inkjet-Druck.

Mehr zu 175 Jahren *Heidelberg* sowie zur Historie auf der Jubiläums-Website oder auf der aktuellen *Wikipedia*-Seite.

> www.heidelberg.com/175



Der 1921 vorgestellte Tiegeldruckautomat war mit 3.000 Bogen pro Stunde Druckleistung Best- und Longseller von Heidelberg und Inbegriff für Präzision, Leistung und Zuverlässigkeit. Mit Vorführwagen brachte Heidelberg die Maschinen für Präsentationen ab 1930 zu den Kunden, eine überaus erfolgreiche Marketingstrategie.

WOLFENSBERGER

OFFSETDRUCK LED | 6-FOM
Bis 74 x 104 cm | UV-Hochglanz
Exklusivität Goldbronzing

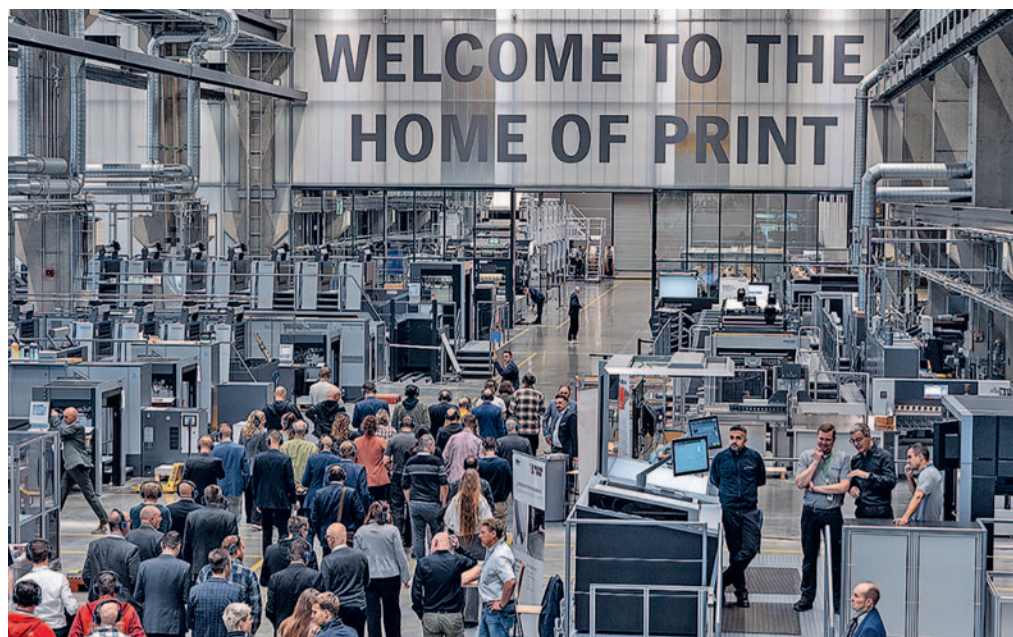
GROSSFORMATDRUCK | XXL
APG-Strassenplakate und Poster

www.wolfensberger-ag.ch

120 Experten von *Heidelberg* stehen den Interessenten mit ihrem technischen Wissen sowie umfassendem Applikations-Know-how ab der Vorbereitung bis zur Nachbesprechung der Präsentationen mit Rat und Tat zur Seite. Zudem finden das ganze Jahr über Open-House-Veranstaltungen für nationale und internationale Kunden zu den wichtigsten Branchentrends im Bereich Verpackungs-, Etiketten- und Werbedruck statt. Darüber hinaus organisiert *Heidelberg* im *Print Media Center* pro Jahr rund 100 Führungen für Besucher von Markenherstellern, Schulen, Universitäten und dem weiteren branchennahen Umfeld. Regelmässig finden auch Trainings für das Serviceteam von *Heidelberg* statt. Neben dem *Print Media Center* in Wiesloch-Walldorf betreibt das Unternehmen weitere Kundenvorführzentren als Netzwerk im globalen Verbund in den USA, in China, Japan, Indonesien und bei *Gallus* in der Schweiz.

Digitales Ökosystem

Das neu gestaltete Kundenvorführzentrum folgt thematisch der Strategie des Unternehmens und spricht alle relevanten Zielgruppen mit spezifischen Lösungen an. So stehen für Präsentationen zusammen mit Partnern verschiedene End-to-End-Produktionssysteme bereit: rund um die Faltschachtelproduktion mit der *Speedmaster*-Baureihe, den hochvolumigen Faltschachteldruck mit der Rollenflexodruckmaschine *Boardmaster*, die industrielle Etikettenproduktion mit Offset-, Digital und Flexodruck sowie den Akzidenzdruck beziehungsweise die hybride Druckproduktion (digital/offset). Das gesamte Angebot ist in ein sogenanntes digitales Ökosystem



Im Jubiläumsjahr 2025 eröffnet das Unternehmen sein bisher als *Print Media Center* bekanntes Kundenvorführzentrum als neu gestaltetes «Home of Print».



Mit den Worten «Herzlich willkommen bei Heidelberg, herzlich willkommen in unserem Home of Print, dem weltweit grössten Kundenerlebniscenter der Druckindustrie. Bei uns ist Druck zu Hause und das seit 175 Jahren!», eröffnete Jürgen Otto den Festakt am 2. Juni 2025.

integriert, bestehend aus *Prinect*-Software, Druckmaschinen und Geräte, Weiterverarbeitung und Robotik, Verbrauchsmaterialien, Service, Training und Beratung. Zum besseren Verständnis: Unter einem digitalen Ökosystem ist eine Struktur zu verstehen, in der verschiedene Akteure (Unternehmen, Menschen) in einem digitalen Raum interagieren und miteinander kooperieren, um einen Wert zu schaffen. Es handelt sich also um ein Netzwerk von miteinander verbundenen Technologien, Plattformen und Diensten, die zusammen-

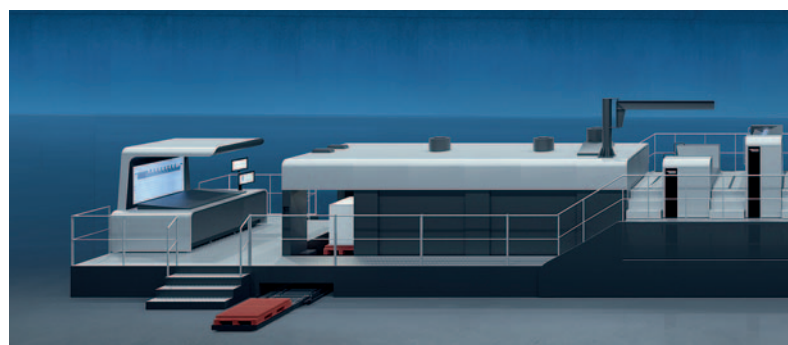
wirken, um gemeinsame Ziele zu erreichen.

Daher zeigt *Heidelberg* im Kundenvorführzentrum auch mit einem eigenen *Data Lab* mehrere Fallbeispiele, wie das Unternehmen Datenwissen und -analysen nutzen kann, um Kunden bei ihren Anforderungen oder ihrem Geschäftsmodell zu unterstützen. Zum Beispiel bei der Problembewältigung, der Integration von Prozessschritten oder der Performancesteigerung. «Unser *Home of Print* ist Ausdruck unserer Wachstumsstrategie für das Kerngeschäft, mit dem sich *Heidelberg* als Gesamtanbieter und End-to-End-Systemintegrator für den Verpackungs- und den Werbedruck präsentiert», sagt Dr. DAVID SCHMEDDING, Vorstand Technologie & Vertrieb bei *Heidelberg*.

Angebot um Formatklasse 6 erweitert

Heidelberg fokussiert sich unübersehbar seit geraumer Zeit auf den Verpackungsdruck. Denn hier ist seit über zehn Jahren weltweit ein deutliches Wachstum mit weiter steigender Tendenz zu verzeichnen. Besonders das Segment Faltschachteln in höheren Auflagen für Food, Beverage und Consumer Packaging wächst pro Jahr überdurchschnittlich. Hergestellt werden diese Verpackungen vorwiegend von Bogenoffsetdruckmaschinen im Grossformat/Formatklasse 6 (105 cm x 145 cm) – ein Markt, aus dem sich *Heidelberg* im Jahr

Mit der *Cartonmaster CX 145* auf Basis der *Roland Evolution 900* von *manroland sheetfed* hat *Heidelberg* nun wieder einer Maschine im Grossformat.



2000 verabschiedet hat. Jetzt erweitert das Unternehmen sein Angebot für Verpackungskunden mit der *Cartonmaster CX 145* in der Formatklasse 6.

«Mit unserer neuen *Cartonmaster CX 145* ist *Heidelberg* Vollsortimenter für den Faltschachteldruck», so DR. SCHMEDDING.

«Wir erweitern das Angebot im Verpackungsbereich und schliessen damit zugleich eine bestehende Lücke in unserem Portfolio.»

Die *Cartonmaster CX 145* basiert auf der *Roland Evolution 900* von *manroland sheetfed*, die *Heidelberg* in ihr digitales Ökosystem integrieren will. Dann kann die Ma-

Verbrauchsmaterialien. Ansonsten ist die Maschine baugleich mit der *Roland Evolution 900*.

«*Heidelberg* hat die *Cartonmaster CX 145* ab sofort im Angebot. Das Leistungsversprechen beinhaltet den lokalen Support für Maschinenteile und die Präsenz qualifizierter Service-Kräfte mit kurzen Reaktionszeiten», so SCHMEDDING. *Heidelberg* sei dadurch im Faltschachteldruck ein Vollsortimenter, der für jede Anforderung die passende Lösung liefern könne. Die erste Kunden-Installation ist für 2026 geplant, gefolgt von einem weltweiten Roll-out.



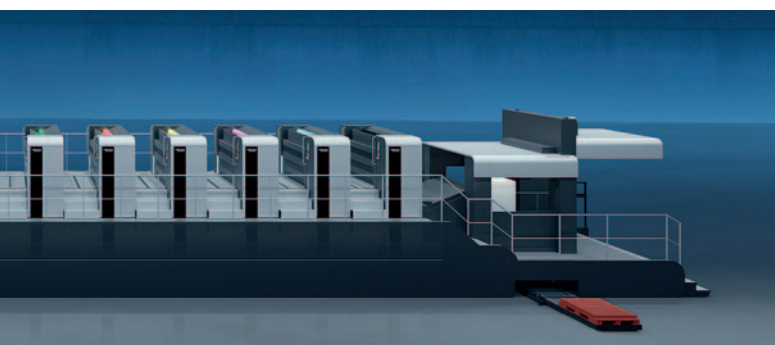
Ob hochwertige Akzidenzen, Etiketten oder Verpackungen: *Heidelberg* lebt das Drucken seit 175 Jahren.

schine sowohl in den *Prinect Workflow* als auch in das Workflowangebot von Drittanbietern integriert werden. Zudem können Kunden die Performance-Daten der Maschine im *Heidelberg*-Kundenportal abrufen.

Das Angebot umfasst die Maschine im *Heidelberg*-Design, Vertrieb, Installation, Training und den Support mit Service und

«Mit der Aufnahme der *Cartonmaster CX 145* in unser Portfolio unterstreichen wir unseren Ansatz als Systemintegrator für die End-to-End-Produktion von Faltschachteln», sagt JÜRGEN OTTO.

> www.heidelberg.com



KOMMENTAR



sind andere genauso gut?

Fünf Jahre, nachdem *Heidelberg* aus dem Grossformat ausgestiegen ist, steigt *Heidelberg* wieder ein. Der damalige Vor-

standsvorsitzende RAINER HUNSDÖRFER begründete die «schmerzhaften Massnahmen» damit, sie seien notwendig, um den Druckmaschinenhersteller wieder auf die Erfolgsspur zu bringen. So beschloss der Vorstand im März 2020, sich von Produkten zu trennen, die «deutlich zu wenig Ertragskraft generieren». Es traf die Digital-Bogendruckmaschine *Primefire 106* und die Grossformat-Druckmaschinen *Speedmaster XL 145* und *XL 162*.

Nachdem *Heidelberg* schon zur letztjährigen *drupa* den Rückzieher in Sachen Inkjet-Digitaldruck machte und nun *Canon*-Maschinen verkauft, kommt jetzt die Kehrtwende beim Grossformat. Es wird aber nicht etwa das eigene Programm wieder aufgelegt, es wird – unglaublich, aber wahr – eine Maschine von *manroland sheetfed* ins eigene Angebot aufgenommen. Es wird allerlei Gründe geben, wieder ins Very Large Format (VLF) einzusteigen. «Die Kunden haben es gefordert», sagt DR. DAVID SCHMEDDING, Vorstand Technologie & Vertrieb. Warum es aber eine Maschine aus Offenbach sein muss, entzieht sich meiner Kenntnis.

Man wird es sich in Wiesloch sicher genau überlegt haben, aber mit diesem Schritt gibt *Heidelberg* zu, dass andere Druckmaschinen genauso gut sind wie die eigenen. Eigentlich ein Schlag ins Gesicht der Kunden, die ihre Entscheidung pro *Heidelberg* bisher bis aufs Messer mit dem Argument verteidigt haben, die Maschinen seien qualitativ um Strecken besser als andere. Jetzt heisst es von *Heidelberg*: Stimmt gar nicht, die *Roland Evolution 900* ist genauso gut.

Früher hätte man in solchen Fällen gesagt «*Heidelberg* wird zum Box-Mover», kauft nur noch Fremdprodukte ein, versieht sie mit dem grauen *Heidelberg*-Design und macht sie netzwerkfähig für das eigene sogenannte Ökosystem. So besteht schon jetzt die gesamte Digitaldruck-Linie aus OEM-Produkten (*Ricoh*, *Canon*) und nun ist der erste Stein beim Bogenoffsetdruck gesetzt (*manroland sheetfed*). Auch Verbrauchsmaterial und Robotik wird zugekauft.

Es ist zwar reine Mutmassung, aber *Heidelberg* könnte sich früher oder später gänzlich vom Maschinenbau verabschieden und nur noch Software programmieren. Wie ich darauf komme? Der *Heidelberg*-CEO JÜRGEN OTTO selbst gibt die Antwort in einem Interview in der Jubiläumsbroschüre «175 Jahre *Heidelberg*». Auf die Frage, wo das Unternehmen in zehn Jahren stehen werde, antwortet er: «*Heidelberg* bleibt führend im Druckmaschinenmarkt, wird ein Standbein im Industrie-geschäft haben und eine starke Rolle in Green Tech und der Elektromobilität spielen.» Ja, im Druckmaschinenmarkt hat er gesagt, nicht im Druckmaschinenbau.

nico