

Seit 1. April hat die Heidelberg Schweiz AG eine Doppelspitze. Pascal Rölli verstärkt die Geschäftsleitung, nachdem Michael Knörle internationale Aufgaben bei der Heidelberger Druckmaschinen AG in Wiesloch übernimmt.

HEIDELBERG SCHWEIZ AG

MINDSET *steht auf* **Digitalisierung,** Transformation *und* **Wandel**

Die *Heidelberg Schweiz AG* hat seit 1. April ein Führungs-Duo. Nachdem Michael Knörle internationale Aufgaben bei der *Heidelberger Druckmaschinen AG* in Wiesloch übernimmt, verstärkt Pascal Rölli die Geschäftsleitung. Knörle verantwortet jedoch weiterhin das Portfolio Digital Print in der Schweiz.

Von Klaus-Peter Nicolay

Michael Knörle übernimmt auf globaler Ebene die Rolle des ‹Head of Global Sales Management Digital Print Ecosystem›. Mit dieser neuen Funktion unterstreicht *Heidelberg* die wachsende Bedeutung des digitalen Segments innerhalb des Konzerns. Knörle wird, nachdem er die *Jetfire 50* erfolgreich im Schweizer Markt eingeführt hat, das globale Rollout der Inkjet-Maschine unterstützen und auch die Markteinführung der *Jetfire 75* begleiten. Zudem verantwortet er in der Schweiz weiterhin den Bereich Digital Print mit Weiterverarbeitung Digital und das *Gallus* Produktportfolio.

In seiner neuen Funktion als Head of Global Sales Management Digital Print Ecosystem wird sich Knörle noch zu etwa 25% bis 30% dem Schweizer Markt widmen können, die restliche Zeit wird er international unterwegs sein.

Pascal Rölli wird neben seinem bisherigen Verantwortungsbereich rund um das Verbrauchsmaterial, die *Prinect*-Softwareprodukte und Computer-to-Plate in seiner Rolle als Geschäftsleiter der *Heidelberg Schweiz AG* die operative Leitung für Druckmaschinen, Gebrauchtmaschinen, die Weiterverarbeitung und das Marketing übernehmen.

Wir haben Michael Knörle und Pascal Rölli in Bern besucht und über die neue Situation sowie die organisatorische Anpassung gesprochen.

Auf den Wandel eingestellt

Die Anpassung der operativen Führung in der Schweizer Marktorganisation von *Heidelberg* ist eine Reaktion auf den Rollenwechsel von Michael Knörle, andererseits aber auch eine Antwort auf die Transformation der 80 Mitarbeitenden zählenden *Heidelberg Schweiz AG*. Sie wird sich den verändernden Marktanforderungen anpassen, um ihre Kunden auch in Zukunft zu unterstützen.

«Mit der neuen Geschäftsleitung wollen wir den Wandel unserer Kunden aktiv begleiten und *Heidelberg Schweiz* in die Zukunft bringen. Mit der Doppelspitze sehen wir das Unternehmen für diese Aufgabe optimal aufgestellt», sagt Michael Knörle und betont, dass auch die Mitarbeitenden die Weiterentwicklung mittragen. «Deren Mindset ist auf Digitalisierung, Transformation und den Wandel eingestellt.»

So war auch der Einstieg in das industrielle Bogen-Inkjet-Verfahren für die *Heidelberg Schweiz AG* eine wegweisende und anspruchsvolle Aufgabe. «Wir haben unsere Verkaufs- und unsere Service-Organisation entsprechend aufgestellt und an der neuen Technologie geschult», unterstreicht Knörle.

«Trotzdem bleibt *Heidelberg* bei der Beratung von Kunden und beim Consulting neutral, was den Offset- oder Digitaldruck angeht. Es wird kein Verfahren favorisiert. Viele Druckereien arbeiten heute schon zweigleisig, das heisst sowohl im Offset- als auch im Digitaldruck. In unserem Verständnis hybrid», erläutert Knörle.

>



Pascal Rölli hat neben seinem bisherigen Verantwortungsbereich Verbrauchsmaterial, Prinect und Computer-to-Plate in seiner Rolle als Co-Geschäftsleiter der Heidelberg Schweiz AG die operative Leitung für Druck und Gebrauchtmaschinen, die Weiterverarbeitung und das Marketing übernommen.

«Alle Verfahren haben je nach Geschäftsmodell ihre Berechtigung und wir wollen unsere Kunden dabei unterstützen, was für sie die beste Lösung ist», sagt Knörle

Stabilität durch Service und Consumables

«Zurzeit gibt es eine grosse Unsicherheit in der Branche, was sich auch auf die Investitionstätigkeit auswirkt. Vieles, was bereits aufgegleist war, wird zumindest verschoben, wenn nicht gar komplett auf Eis gelegt. Insgesamt sind wir zufrieden, dass wir ein so breit aufgestelltes Portfolio haben, mit dem wir unsere investitionsbereiten Kunden unterstützen können», führt Knörle zur aktuellen Lage in der Schweiz aus.

«Dazu zählt eben auch *Saphira*», ergänzt Pascal Rölli. Er war bisher schon für das Verbrauchsmaterial zuständig. «Wir erreichen beim Umsatz eine gewisse Stabilität durch unser Lifecycle-Business, das Service, Consumables und *Prinect* beinhaltet. Diese drei Säulen machen 40 bis 50 Prozent des Umsatzes aus.»

Das *Saphira*-Programm von *Heidelberg* gibt es seit 2008. «*Heidelberg Schweiz* war Pionier bei der Einführung des Programms und vereint heute vermutlich den grössten prozentualen Umsatzanteil in der gesamten *Heidelberg*-Organisation auf sich», sagt Pascal Rölli. Das ist zum Teil gewachsen, zum Teil aber auch durch Zukauf entstanden. 2012 hatte *Heidelberg Schweiz* den Schweizer Anbieter *OFS Group* übernommen. Durch die Integration wurden die Aktivitäten mit Vorstufenmaterial und *Kodak* Druckplatten für den Bogenoffset- und Zeitungsmarkt gebündelt, wodurch das Unternehmen zu einem der grössten Händler für Verbrauchsmaterialien in der grafischen Industrie der Schweiz aufstieg.

Es ist aber auch durch neue Angebote gewachsen wie etwa Vendor Managed Inventory (VIM), bei dem *Heidelberg* als Lieferant die Verantwortung für die Bestandsüberwachung und den Nachschub der Verbrauchsmaterialien im Lager der Kunden übernimmt. Das lohnt sich für eine Druckerei schon ab etwa 50.000 CHF, also auch, wenn es ‹nur› um Toner oder Tinten geht.

Consumables sind aber zugleich auch ein sehr sensibles Geschäft, verrät Pascal Rölli: «Gerade im Bereich der Verbrauchsmaterialien spüren wir die Folgen des Iran-Kriegs. Aluminium ist bereits teurer geworden und auch andere Preise ziehen wegen der gestiegenen Energiekosten deutlich an.» Preiserhöhungen seien bei den Kunden gerade in diesen Zeiten aber nicht besonders beliebt.

Konsolidierung hat Hersteller erreicht

«Es ist viel Bewegung im Markt. Gerade haben wir unsere Pläne über die Integration des Lifecycle-Geschäfts und der globalen Vertriebs- und Servicegesellschaften der *manroland sheetfed Gruppe* bekanntgegeben», sagt Knörle. «Mit dieser Transaktion sichern wir unsere führende Position in der Branche. Es ist die Kombination aus zwei Unternehmen, die über Jahrzehnte die Geschichte des Druckmaschinenbaus geprägt haben, vereinte geografische Präsenz, hohe Servicequalität und Kundenfokus. Jetzt gehe es vor allem darum, den Weiterbetrieb der *manroland*-Systeme durch Aufrechterhaltung des weltweiten Service- und Ersatzteilangebotes in den Vordergrund zu stellen.

«Aufgrund unserer gemeinsamen Aktivitäten steht künftig ein umfassendes, global aufgestelltes Service- und Lifecycle-Portfolio inklusive Spezialisten für die Kundenbetreuung zur Verfügung. Wir bauen damit unser Angebot weiter aus», sagt Knörle.

Im Rahmen der Transaktion sichert sich *Heidelberg* auch die Rechte für die *Roland 900/Cartonmaster* im Bogenoffset-Grossformat. *Heidelberg* prüft derzeit die Optionen zur Produktion und Weiterentwicklung dieses Systems.

Darüber hinaus sei die gesamte Marktsituation derzeit volatil und schwer einzuschätzen, fügt Michael Knörle an.

«Die Hauptursachen wie die geopolitischen Spannungen, instabile Lieferketten sowie der politische Protektionismus sind bekannt und unklare konjunkturelle Signale erschweren Investitionsentscheidungen der Kunden zusätzlich.»

Das drückt natürlich auf die Druckkonjunktur und beschleunigt den Prozess der Konsolidierung noch weiter. Inzwischen hat die Konsolidierung auch die Hersteller erreicht. Darunter auch welche, die *Heidelberg* bisher beliefern und zu dem breit gefächerten Angebot beitragen. So meldete *Polar Cutting Technologies* (ehemals *Polar Mohr*) mit dem Schwerpunkt Fertigung (auch von Ersatzteilen) und Entwicklung Mitte April 2026 erneut Insolvenz an, nachdem das Unternehmen bereits 2022 insolvent war. *Heidelberg* hatte sich vorher bereits die Technologie und Markenrechte von *Polar Mohr* gesichert und übernimmt das Unternehmen jetzt vollständig.

Print wandelt sich zum Markeninstrument

Michael Knörle räumt ein, dass die Branche vor allem im Akzidenzbereich strukturell weiter schrumpft. «Aber dort, wo Innovation stattfinden, entstehen echte Chancen.» Print punkte überall dort, wo digitale Kanäle Schwächen hätten. Und diese Nachteile seien insbesondere die Reizüberflutung, die daraus folgende sinkende Aufmerksamkeit und Werbemüdigkeit sowie der Verlust von Vertrauen. «Print dagegen liefert Tiefe, Vertrauen und Fokus – und genau das macht diesen Kanal wieder attraktiv. Darüber hinaus bietet Print etwas, das digitale Medien nicht zu bieten haben: Haptik». Haptik erzeuge Wertigkeit, Vertrauen und fördere eine längere Lese- und Verweildauer. Gedruckte Inhalte funktionierten als physischer Anker, der Werbebotschaften spürbar mache, so Knörle.

Deshalb gebe es auch keinen Grund, die Branche abzuschreiben. Print werde besonders dort bevorzugt, wo es um Verstehen, Vertrauen und Konzentration gehe – ohne Ablenkung durch digitale Reize, argumentiert Michael Knörle: «Print spielt im Kommunikationsmix weiterhin eine wichtige Rolle, wird wertiger, selektiver, bewusster eingesetzt. Print wandelt sich vom Massenkanal zum hochwertigen Markeninstrument. Mit dem Angebot einer hybriden Printproduktion, KI gesteuert über *Prinect Touch Free,* unterstützen wir unsere Kunden dabei, auch in einem herausfordernden Marktumfeld, profitabel und wettbewerbsfähig zu bleiben. »

> *heidelberg.ch*

Schule für Gestaltung Zürich

Malen, Zeichnen, Illustrieren – Drei Wege zur Bildgestaltung

Tauchen Sie ein in die Welt des visuellen Gestaltens, von der zeichnerischen Beobachtung über illustrative Techniken bis hin zur klassischen Malerei. Unsere Kurse verbinden handwerkliches Können, kreative Prozesse und persönliche gestalterische Entwicklung.

Entdecken Sie neue Bildsprachen. Gestalten Sie mit Kopf, Herz und Hand. Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

Detailliertere Informationen zu diesen und vielen weiteren Kursen finden Sie unter sfgz.ch/angebot/kurse

Schule für Gestaltung Zürich
Ausstellungsstrasse 104
8005 Zürich
044 446 97 77