

Von Dipl.-Ing. Hans-Georg Wenke

Mehr Beratung als Verkauf

»Erst das Geschäftsmodell, dann das Maschinenmodell.« Im Gespräch mit Martin Meyer, Geschäftsführer der MAN Roland Swiss AG

PORTRAIT

Vor Ort sein, schnell und unkompliziert helfen zu können, die Maschinen praktisch unterbrechungsfrei im Betrieb zu halten, mit additiven Services im Verbrauchsmaterialbereich guter Partner vorwiegend für industrielle Druckereien zu sein, das ist ein Hauptziel der Schweizer Niederlassung, die bis vor wenigen Monaten unter dem Namen »Maschinen AG« firmierte. Nicht ohne Grund hat das deutsche Stammhaus, die MAN-Roland AG, Offenbach/Augsburg, weltweit sämtliche Vertriebswege aufgekauft und richtet sie strategisch aus. »Druckmarkt« besuchte kurz nach Umfirmierung das Unternehmen MAN-Roland Swiss und diskutierte deren Strategie der Marktbetreuung.



Der Schweizer Geschäftsführer der MAN Roland Swiss, Martin Meyer, beschreibt die derzeitige Aufgabenstellung: »Maschinenverkauf und technische Beratung sind für uns immer mehr auch Strategie- und Management-Beratung, weil die Kunden mit uns gemeinsam Projekte in zusammenhängenden Dimensionen realisieren wollen. Nicht die Druckmaschine an sich, sondern ihre Einbettung in den technischen Workflow, ihre Eignung für bestimmte Produkte oder Märkte, die damit erzielbare Kostenführerschaft, das sind heute die eigentlich wichtigen und vor allem entscheidenden Punkte.«

MAN-Roland-Druckmaschinen sind ohnehin keine, die man »mal eben so« kauft. Dazu sind sie in Format und Ausstattung zu hoch angesiedelt, um mit einer fehlenden Auslastung rentabel zu sein. Erst recht gilt das für die Rotationsmaschinen, die sowohl in der Zeitung wie auch im rotativen Illustrationsdruck eine marktführende Stellung haben. Die Bogendruckmaschinen sind sowohl im Verpackungs-/Kartondruck, im »Werkdruck«, also im mittel- bis großformatigen Bereich mit Tendenz zur höheren Auflage, in der Mehrfarbigkeit und Druckveredlung sowie im Akzidenzdruck angesiedelt. Ein Markt, der wegen der

hohen Installationszahlen, um nicht zu sagen der Überkapazitäten wegen, zunehmend unter Zeit- und Kostendruck gerät.

Industrialisierung der Druckindustrie

Investitionsentscheidungen müssen daher fundiert sein. Bei den äußerst geringen Margen beispielsweise im Bereich der Verpackung kann sich keiner eine »überausgestattete« Maschine erlauben – es wäre ebenso fatal, nicht für kommende Anforderungen gerüstet zu sein.

»Beratung bis hin zur GU, Mithilfe beim Finden der Positionierung auf dem Markt, das ist unser Angebot«, sagt Martin Meyer. Er hat bisher berufliche Erfahrungen in einem anderen Sektor des Maschinenvertriebs sammeln können und leitet daraus die Prognose ab: »Die wirkliche Industrialisierung der Druckbranche steht uns noch bevor.« Industrialisierung, das meint weitestgehend automatisierte, »remote gesteuerte« Prozesse, noch mehr Steuerungs- und Kontroll-Elektronik in der Maschine – und damit bei MAN Roland automatisch, Pecom als »Operations- und Management Konsole« für die Druckaggregate. Erst das Konzept, dann die Prozessoptimierung, dann die spezifische Druckmaschine, das ist eine Reihenfolge, mit der MAN-Roland Swiss seine Service- und Marktstrategie in der Schweiz verstärken will.