



Erneut Entlassungen in Offenbach

manroland Sheetfed in Offenbach steht mit dem Rücken an der Wand und kämpft erneut um blanke Überleben. «Gerade erst hat das Traditionsunternehmen eine Insolvenz mit Massenentlassungen hinter sich, jetzt werden erneut mindestens 110 Stellen abgebaut», meldete die «Offenbach Post» am 7. September 2012.

Von Klaus-Peter Nicolay

110 Arbeitsplätze sollen gestrichen werden, wird der Vorsitzende der Arbeitnehmervertretung, Andreas Firlé, zitiert. «Mindestens», fügt nach dem Bericht der «Offenbach Post» der Geschäftsführer Rafael Penuela hinzu. «Aufträge haben wir, aber nicht genug.» Jetzt müsse gehandelt werden, damit man im nächsten Jahr nicht unter die Räder komme. Die drupa hätte zwar Hoffnungen geweckt, doch die Messe habe die Welt nicht verändert, wird Penuela zitiert. Sie sei nur ein Strohfeder gewesen.

Zurzeit hat manroland in Offenbach etwa 1.000 Mitarbeiter, wobei auch Angestellte der Marktorganisation, die an anderen Standorten sitzen, mitgerechnet werden. Rund 40% der Jobs sollen nach dem Bericht der «Offenbach Post» in der Produktion wegfallen, der Rest in Bereichen wie Service, IT, Finanzen und Entwicklung.

OHNE ALTLASTEN ZUM ERFOLG? Nach der Insolvenz der manroland AG hatte der britische Unternehmer Tony Langley Anfang Februar 2012 den manroland-Bogenbereich übernommen. Losgelöst von den Altlasten, bestehenden Strukturen und Abhängigkeiten sowie personell erheblich dezimiert, wollte manroland als Mittelständler durchstarten. Dabei hatte Langley ehrgeizige Ziele vorgegeben: 300 Mio. Euro Umsatz und schwarze Zahlen noch in diesem Jahr. Die wollen nach einem Neustart aber erst einmal in einem Markt erreicht werden, der schätzungsweise nur noch 3 Mrd. Euro weltweit gross und zudem noch stark segmentiert ist. Zieht man die Umsätze von Heidelberg, KBA und Komori von dieser Summe ab, bleibt ohnehin nicht mehr viel Spielraum für die verbleibenden Bogendruckmaschinen-Hersteller.

Nun macht sich wohl Ernüchterung breit. Wenn Mr. Langley glaubt, man müsse nur die Altlasten über Bord werfen, um sofort wieder erfolgreich zu sein und um andere das Fürchten zu lehren, spricht das für die Unkenntnis des Marktes. Hier hat er sich wohl deutlich verkalkuliert.

«Wir gehen nicht davon aus, dass sich der Markt langfristig erholen wird», sagte Geschäftsführungsmitglied Alfred Rothländer der Nachrichtenagentur dpa. Damit bestätigt er nur das, was Heidelberg und KBA bereits seit Monaten kommunizieren und was die Zahlen zeigen (siehe Seite 10). Der Markt für Druckmaschinen kommt nach der Krise einfach nicht wieder in Schwung. Überkapazitäten und der Strukturwandel werden immer wieder als Gründe für die Misere genannt. Hinzu komme die Dauerkrise, die die Volkswirtschaften in Europa und den USA lähmt. Die Wachstumsmärkte in Asien und Lateinamerika können diese Probleme offenbar nicht ausgleichen.

Der erneute personelle Aderlass schwächt manroland zudem im Konkurrenzkampf mit Heidelberg, KBA und Komori. Ohnehin scheint der Markt für drei und mehr Hersteller zu klein zu sein. Vor allem zu klein für eine manroland, die voll darauf setzt, ihre Geschäfte mit Bogenmaschinen in Asien machen zu können. Dieser Schuss ist offenbar nach hinten losgegangen.

KOMMUNIKATIONS-DESASTER Massive Fehler werden aber auch in der Kommunikation gemacht. Nicht nur intern, wie von Arbeitnehmervertretern in Offenbach beklagt wird, sondern auch extern. Wenn die Fachpresse Mitteilungen des Offenbacher Druckmaschinenherstellers von Ansprechpartnern aus China bekommt, spricht das ja wohl Bände. Von wegen «Die Legende geht weiter!» Spätestens nach dieser völlig misslungenen Pressemitteilung vor der drupa hatten wir kein gutes Gefühl mehr. Auch danach gab es keine als seriös zu bewertende Meldung mehr. Die gerade in einer solchen Phase des Wiederaufbaus dringend notwendige Kommunikation mit dem Markt wurde offensichtlich eingestellt.

ÖSTERREICH UND SCHWEIZ Derweil mühen sich die Gesellschaften in Österreich und der Schweiz, wieder Boden zu gewinnen. In Österreich zumindest gibt es wieder eine funktionierende Organisation, die sich nach Aussagen des Geschäftsführers Alexander Elbs jedoch auf das Geschäft mit Service, Ersatzteilen, Handel und Verbrauchsmaterialien konzentriert.

Offen bleibt dagegen, was mit manroland Swiss passiert. Insidern zufolge plant man in der Schweiz einen Neuanfang (mit unrealistischen Vorstellungen). Mit einer Mannschaft von mehreren Dutzend Mitarbeitern wolle man den Bogenbereich wieder reaktivieren, nachdem seit Monaten (oder sind es schon Jahre?) keine Maschine mehr in die Schweiz verkauft wurde. Mit einer neu rekrutierten Mannschaft nach dem «Alpen-Region»-Desaster alleine ist das wohl nicht zu schaffen. Der Schweizer Markt hat das Vertrauen in die Marke manroland längst verloren.

WIE LANGE NOCH? Von schwarzen Zahlen nach Jahren des wirtschaftlichen Niedergangs ist der Maschinenbauer offenbar weit entfernt. Und der erneute Jobabbau wird wohl nicht das Ende der Fahnenstange sein. Jetzt wird sich zeigen, wie langfristig Langleys Investitions-Strategie wirklich ist oder wie lange sich Langley das wirtschaftliche Siechtum von manroland Sheetfed noch anschaut.

