

Nach dem Ausstieg von Illies

RYOBI ÜBERGIBT DEN VERTRIEB AN FERROSTAAL

Es war ein neuer Tiefschlag in ohnehin turbulenten Zeiten, als die Illies-Graphik-Muttergesellschaft die 37 Beschäftigten in Hamburg Mitte September entliess und ankündigte, Illies werde sich aus dem grafischen Markt zurückziehen und den Ryobi-Vertrieb aufgeben.

In einem offiziellen Statement teilte der Vorsitzende der Geschäftsführung der Hamburger C. Illies & Co., Michael Illies, mit, Illies werde sich auf seine Kerngeschäfte fokussieren. «In konsequenter Umsetzung dieser Entscheidung ziehen wir uns aus dem europäischen Vertrieb grafischer Produkte zum Jahresende zurück.»

Dies alles führte zu einer heillosen Verwirrung im deutschen, österreichischen und auch im Schweizer Markt. Denn auch wenn die Nachricht nach Angaben von Illies durch eine Indiskretion vorzeitig öffentlich wurde, ist unverständlich, dass man nicht zuerst die Nachfolge regelt, bevor man die Mitarbeiter entlässt. In diesem Informations-Wirrwarr sah sich die Chromos AG zwischenzeitlich genötigt, darüber aufzuklären, dass für die Schweiz und Österreich alles beim Alten bleibt und Chromos weiterhin als autonomer Ryobi-Partner verantwortlich für die beiden Märkte ist.

Neue Vertriebsstruktur

Mittlerweile hat Ryobi eine neue Vertriebsstruktur etabliert und die Vertriebsrechte an Ferrostaal übertragen. Die Generalvertretung und Vertriebsrechte betreffen Deutschland, Polen, Russland, Ukraine, Weissrussland und die baltischen

Staaten Litauen, Estland und Lettland. Ferrostaal ist schon seit 15 Jahren Vertriebspartner für Ryobi in Nord- und Südamerika und hatte zudem im vergangenen Jahr die Generalvertretung für die USA und Kanada übernommen.

Schweden, Norwegen, Dänemark, Finnland und Island werden in Zukunft direkt durch Ryobi betreut.

Ferrostaal – keine Unbekannte

Ferrostaal baut mit den Vertretungen in Europa das Druckereimaschinengeschäft aus. Dabei ist Ferrostaal in der Branche keine unbekannte Grösse und war lange Zeit Vertriebspartner von manroland. Die fast 50 Jahre Branchenerfahrung resultieren aus der Übernahme des Händlers Intergrafica, der von Lateinamerika nach Asien, Afrika und Australien expandierte. Ferrostaal gehörte lange Zeit zur GHH Gutehoffnungshütte, einem Vorgängerunternehmen von MAN. 2009 veräusserte MAN 70% der Ferrostaal-Anteile an eine Investmentgesellschaft, kaufte diese aber wegen der Korruptionsaffäre um den Verkauf von U-Booten (Ferrostaal wurde zu einem Busgeld von rund 140 Mio. € verdonnert) wieder zurück. Im Zuge der Entflechtung aus dem MAN-Konzern kündigte manroland 2009 den Vertretungsvertrag mit Ferrostaal. Im März 2012 übernahm die Hamburger MPC Münchmeyer Petersen & Co. das Unternehmen. Mit rund 4.300 Mitarbeitern erwirtschaftete Ferrostaal 2010 noch einen Umsatz von 1,8 Mrd. €, der 2011 bei noch rund 1,0 Mrd. € lag.

➤ www.ferrostaal.com

nico

KOMMENTAR

Handel ist Wandel

«Handel ist Wandel.» Auf diesen Punkt brachte Rolf Broglie Anfang des Jahres im Gespräch mit «Druckmarkt» seine rund vierzig Jahre Erfahrung in den Handelshäusern der Chromos-Gruppe, die er an vorderster Front mitgeprägt hat. Die jüngsten Entwicklungen geben ihm einmal mehr Recht. Der Handel steckt seit einiger Zeit in einem tiefgreifenden Veränderungsprozess.

Dabei muss man gar nicht so weit nach hinten blicken. Im Herbst 2010 wurde die Koller AG von Agfa Graphics gekauft und ging in der Agfa Graphics Switzerland auf, Chromos gab den Vertrieb der Komori-Maschinen im Oktober 2011 an Gietz ab und im Herbst 2012 krachte es (auch in Deutschland) so richtig im Gebäck. Illies Graphik gab bekannt, zum Jahresende aus dem Geschäft als grafischer Fachhändler und als Generalimporteur von Ryobi-Maschinen und weiteren grossen Marken aus Vorstufe und Druck auszusteigen (siehe Meldung links). Kurz später übernahm die holländische Wifac (ihrerseits eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Wifac Polytype Holding AG in der Schweiz) einen der grössten und mit 110 Jahren wohl traditionsreichsten deutschen Fachhändler, die Unternehmensgruppe Graphia Willy Nothnagel. Zuvor schon hatte Wifac den süddeutschen Händler Döring übernommen. «Und was Wifac angeht, muss es dabei nicht bleiben», erklärt Marcel Otto, Geschäftsführer der Wifac Holding. Innerhalb der Expansionsstrategie von Wifac werden weitere Akquisitionen in Europa zu den möglichen Szenarien gerechnet.

Vor diesem Hintergrund ist es nur zu verständlich, dass die OFS unter die Fittiche von Heidelberg geschlüpft ist. Denn es ist absehbar, dass auf die grafischen Fachhändler noch weit schwerere Zeiten zukommen werden als bislang absehbar.

Nun mag man trefflich darüber streiten, wer Urheber dieses Händlersterbens ist. Einerseits könnte man den Druckmaschinenherstellern den Schwarzen Peter zuschieben, weil diese immer stärker in den Markt der Verbrauchsmaterialien drängen, um sich eine geringere Abhängigkeit vom Maschinenverkauf zu verschaffen. Auch im Digitaldruckmarkt sind die Maschinenhersteller darauf bedacht, ihre sogenannten Consumables wie Toner und Tinten selbst an den Mann zu bringen. Und bei Druckplatten sowie Papieren wird das Streckengeschäft längst am Handel vorbei direkt mit den Grossabnehmern abgewickelt. Andererseits versuchen auch die Endabnehmer, sprich die Druckereien, durch beispielsweise Einkaufsgemeinschaften günstigere Einkaufskonditionen zu erzielen.

Da bleibt dem Fachhandel nur noch wenig Bewegungsspielraum. Denn in der Masse, wie den Handelshäusern das Geschäft mit Druckereien kaum noch eine Marge zum Überleben bietet, in gleichem Masse wird die ehemals quicklebendige Landschaft der Händler weiter ausgedünnt. Die Profiteure dieser Entwicklung sind aber ganz sicher nicht die Druckereien.

Klaus-Peter Nicolay