

Langfristig stabil und verhalten positiv

Die langfristigen Perspektiven für den Druckmaschinenbau werden durchaus positiv eingeschätzt. Das Umfeld ist stabiler als von vielen gedacht, das weltweite Druckvolumen liegt seit Jahren konstant bei über 400 Mrd. Euro, es gibt immer weniger Anbieter auf dem Markt – nur die Investitionsfreudigkeit der Druckereien lässt für die Hersteller zu wünschen übrig.

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Nachdem die Zahlen von Heidelberg und KBA bereits weitestgehend bekannt waren (wir berichteten in «Druckmarkt impressions 66»), war nicht zu erwarten, dass es bei der offiziellen Vorstellung der Zahlen durch Heidelberg beziehungsweise auf der Hauptversammlung von KBA überraschend Neues gibt was das Zahlenwerk angeht. Interessant sind allerdings die Einschätzungen der Vorstände und generell die Entwicklungen im Druckmaschinenbau. Dabei muss man den Eindruck gewinnen, dass es trotz aller Anstrengungen der Hersteller nicht so recht vom Fleck geht.

Nicht nur Heidelberg und KBA leiden darunter, dass das weltweite Geschäft mit Druckmaschinen seit dem Absturz vor vier Jahren stagniert. Der erhoffte neue Schwung ist bislang ausgeblieben. Selbst die drupa 2012 wird von vielen Herstellern zurückblickend nur noch als Strohhalm betrachtet und habe nicht wie erhofft zu einer dauerhaften Belebung des Marktes geführt.

Was auf die durchwachsene Lage im Maschinenmarkt zurückzuführen ist. Das Volumen für Druckprodukte ist zwar seit Jahren stabil (weltweit ist die Rede von 400 Mrd. €), doch der Markt für Maschinen ist deutlich geschrumpft – nicht zuletzt deshalb, weil diese immer produktiver geworden sind: in den industrialisierten Ländern werden für das vorhandene Druckvolumen weniger Bogenmaschinen und damit auch weniger Druckereien benötigt.

Noch drastischer hat sich der Markt für Rollenmaschinen verändert, der sich in den letzten Jahren mehr als halbiert hat. Die schwache Nachfrage bei Rotationsmaschinen für den



Publikations- und Zeitungsdruck hält an, stellt **Claus Bolza-Schünemann**, Vorstandsvorsitzender der Koenig & Bauer AG fest. Neben den konkurrierenden Online-Medien bremse die schwache Konjunktur in wichtigen Absatzmärkten die Investitionen. Lediglich Zeitungsdrucker aus Deutschland und Frankreich hätten in den letzten Wochen neue Anlagen bei KBA bestellt. Auch das Geschäft mit Sondermaschinen habe sich beruhigt.

Aus diesen Gründen lag der Auftragseingang nach den ersten Monaten des laufenden Geschäftsjahres um gut 25% unter dem Vorjahreswert, der Auftragsbestand hinkte Ende Mai mit 614,5 Mio. € um rund 28% hinter den Zahlen von 2012 her. Nach fünf Monaten hat KBA eigenen Angaben zufolge einen Umsatzrückstand von 395,2 Mio. € auf die Jahresplanung. KBA verspricht für die zweite Jahreshälfte zwar eine Aufholjagd, doch könnte der schlechte Jahresstart das Jahresziel von 1,3 Mrd. € verhageln.

Bogendruck verschiebt sich

Insgesamt nahmen die Bestellungen für grossformatige Bogenoffsetdruckmaschinen bei Heidelberg zu,

doch die Bestellungen für kleinformatige Druckmaschinen sind gesunken. Dass Heidelberg im Segment Equipment, das Maschinen und Geräte umfasst, mit 1,712 Mrd. € einen Umsatzanteil von rund 60% erreicht, überrascht wenig. Bedenklich ist eher der Verlust, der zwar geringer wurde (minus 45 Mio. € gegenüber dem Vorjahr mit minus 71 Mio. €), jedoch nach wie vor eingefahren wird. Zurzeit verdient Heidelberg offenbar nur mit Service und Verbrauchsmaterialien Geld – das Maschinengeschäft ist defizitär. Dabei äussert sich Heidelberg nicht dazu, ob man auch bei den Druckmaschinen Verluste einfährt oder ob es in erster Linie die Vorstufe oder der fast schon traditionell defizitäre Bereich PostPress ist.

Kannibalisieren durch den Digitaldruck?

Was für KBA das eher enttäuschende Geschäft mit den Rotationsmaschinen ist, ist bei Heidelberg offenbar der Rückgang im Geschäft mit kleinformatigen Offsetdruckmaschinen – eine Entwicklung, die absehbar war. Schliesslich wildert der Digitaldruck seit geraumer Zeit im Markt des kleinformatigen Drucks. Und Heidelberg tut selbst ein Übriges dazu, indem man genau solche Digitaldruckmaschinen verkauft.

Das könnte KBA durchaus auch bei den Rollenmaschinen passieren. Nicht etwa, dass die Drucker scharenweise zu den Inkjet-Rotationen

der Wettbewerber wie HP oder Kodak wechseln würden, doch gehen die Überlegungen einiger Drucker auch beim Zeitungsdruck Richtung Digitaldruck.

Bei der zur drupa 2012 als Prototyp vorgestellten High-Volume-Inkjet-Digitaldruckmaschine RotaJET 76 sind laut KBA einige Projekte fast abschlussreif und die erste Anlage sei vor wenigen Tagen im Inland verkauft worden. Neben den zunächst ins Auge gefassten Segmenten Bücherdruck, Direct Mail und Werbe-Druck gebe es unerwartet grosses Interesse aus dem Zeitungsdruck und von Anwendern aus bisher nicht im Fokus stehenden Bereichen.

Möglicherweise ist dies das gleiche Phänomen, das wir seit einiger Zeit auch bei unserer Leserschaft feststellen: Einerseits der Rückgang bei den klassischen Lesern aus der Druckindustrie, andererseits eine Zunahme an Lesern aus Bereichen, mit denen wir bisher nicht gerechnet haben. So ist seit einiger Zeit auch zu beobachten, dass es nicht mehr unbedingt die Zeitungshäuser sind, die sich für Zeitungsdruckmaschinen interessieren, sondern bisher als Logistik- oder Distributoren tätige Unternehmen, die im digitalen Zeitungsdruck ein neues Geschäftsfeld sehen.

Und es bleibt abzuwarten, ob KBA das rückläufige Offsetrotationsgeschäft mit der Digitaldruckrotation kompensieren kann (eher nein) oder ob sich KBA mit diesem Modell nicht selbst kannibalisiert.

Gespräche über Kooperationen

«Wir haben die nötigen Schritte eingeleitet, 2013/2014 wieder in die Gewinnzone zurückzukehren», sagt



Heidelberg-Chef **Dr. Gerold Linzbach.**

«Wir konzentrieren uns voll auf unsere Profitabilität, indem wir uns den Gegebenheiten am Markt anpassen. Wir werden innerhalb des Portfolios strategisch agieren und verstärkt auf diejenigen Geschäftsfelder setzen, in denen wir langfristig profitabel sein können.»

Diese Aussage lässt natürlich Interpretationen in verschiedene Richtungen zu. Allen voran zum Thema Kooperation. Denn nachdem sich der Heidelberg-CEO in einem FAZ-Interview im Mai für Kooperationen unter den Druckmaschinenherstellern ausgesprochen hatte, bestätigte KBA-Vorstandschef Claus Bolzschünemann wenig später, dass KBA und Heidelberg über eine Zusammenarbeit sprechen. Die Marktsituation zwingt dazu, ausgetretene Pfade zu verlassen, sagte er.

Eine Fusion der beiden – das müsste man eigentlich gar nicht erst erwähnen – ist aus kartellrechtlichen Gründen quasi ausgeschlossen. Denkbar ist aber beispielsweise eine Zusammenarbeit im Einkauf, um die Kosten zu senken. Das wäre aufgrund der Dauerkrise auch kein Wunder. Aber Kooperationen müssen ja nicht nur beim Einkauf, sondern könnten auch in Bereichen wie den Giessereien oder der Teilefertigung stattfinden.

Und was wäre, wenn sich die Würzburger und Heidelberger darauf ver-

ständigen würden, sich künftig auf bestimmte Marktsegmente zu konzentrieren und auf andere Segmente zu verzichten? Schon jetzt gehen sich die beiden Konkurrenten (vom Bogenoffset abgesehen) in den meisten Marktsegmenten aus dem Weg. Man denke nur an den Rollenoffset (nur KBA) oder den Digitaldruck, wo Heidelberg Ricoh-Bogenmaschinen verkauft und KBA eine eigene Inkjet-Rotation anbietet. Ebenso im Bereich Postpress, wo KBA mit MBO kooperieren will, während Heidelberg fast die gesamte Weiterverarbeitungs-Palette von der Falzmaschine bis zur Stanze bietet. Ganz zu schweigen vom Geschäft mit Verbrauchsmaterialien und Services, mit dem Heidelberg im letzten Jahr um je 4% auf über 1 Mrd. Euro gewachsen ist.

Neuanfang ab 2014

Dennoch setzt sich die Konsolidierung auf dem Druckmaschinenmarkt fort. In Folge der andauernden Krise hat sich die Marktlage durch sinkende Nachfrage vor allem in den industriellen Ländern verschlechtert. Dieser Rückgang hat die Maschinenbauer zu internen Strukturreformen veranlasst (siehe auch nebenstehenden Kasten).

Einen Schritt weiter gehen nun die japanischen Hersteller Mitsubishi Heavy Industries Printing & Packaging Machinery, Ltd (MHI-PPM) und Ryobi Limited. Die Unternehmen haben am 20. Juni 2013 ein Joint Venture beim Bau von Bogenoffset-Druckmaschinen unterzeichnet. Bereits zu Jahresanfang wurde die Prüfung einer Allianz angekündigt. Dies

MÜLLER MARTINI STEHT VOR EINER UMFASSENDEN UNTERNEHMENSREFORM

Die Müller-Martini-Gruppe steht vor einer grundlegenden Umstrukturierung. Aufgrund des Strukturwandels in der Druckindustrie und der eingebrochenen Umsätze soll die Belegschaft in den nächsten Monaten um über ein Fünftel reduziert werden. Im Fokus der Restrukturierung steht die Anpassung der Fertigungs-Kapazitäten. Für die Kunden soll sich nach einer Mitteilung des Unternehmens jedoch nichts ändern – sowohl die Geschäftsbereiche als auch das Produktportfolio sollen in vollem Umfang bestehen bleiben.

Durch die anhaltend schwierige Situation in der grafischen Industrie, dem «redimensionierten Markt» und der damit einhergehenden Verkleinerung der Kundenbasis hat sich der Umsatz von Müller Martini mehr als halbiert. Lag er vor vier Jahren noch bei über 1 Milliarde CHF, waren es im Geschäftsjahr 2012 weniger als 450 Mio. CHF. Für das laufende Jahr wird mit einem Umsatz von rund 400 Mio. CHF gerechnet. «Die Verluste in den letzten vier Jahren haben sich trotz kontinuierlicher Anpassungen und Gegenmassnahmen auf Ertrags- und Kostenseite auf einen dreistelligen Millionenbetrag summiert», wird Konzernchef Bruno Müller in der Unternehmensmitteilung zitiert. Der Preis- und Margendruck sei gross und zudem belaste der starke Frankenkurs die Gewinnmarge.

«Um überleben zu können, müssen wir in kleineren Dimensionen operieren», erklärt Müller-Martini-CEO Bruno Müller und fügt hinzu: «Wir werden aber alles daran setzen, mit einer Bündelung der Kräfte die Beratung unserer Kunden bei Neuinvestitionen und im Servicebereich weiterhin zu vertiefen. Unsere eingeleitete Regionalisierung des Vertriebs- und Servicenetzes bietet hierzu eine gute Ausgangslage.»

Wie die anstehende Restrukturierung im Detail aussehen soll, werde in den nächsten Wochen besprochen. Als wahrscheinlichste Lösung stehe die Zusammenlegung der Schweizer Standorte Zofingen und Felben im Fokus der Überlegungen. Schweizerische Medien haben jedoch schon gemeldet, dass der Standort Felben mit 339 Arbeitsplätzen ganz geschlossen wird. Aber auch die restlichen Standorte im In- und Ausland seien in die Überlegungen mit einbezogen. Das Familienunternehmen beschäftigt weltweit 2.440 Mitarbeiter, 1.355 davon in der Schweiz. Von den geplanten 550 Stellenstreichungen weltweit sollen in der Schweiz bis zu 330 Stellen entfallen. Besonders bitter für die Angestellten ist, dass auch die Kurzarbeit den Stellenabbau nicht verhindert hat. Viele mussten auf einen Teil ihres Einkommens verzichten und werden trotzdem ihren Job verlieren.

Ziel der jetzt eingeleiteten Restrukturierungs-Massnahmen ist es laut Müller Martini, sich im weltweit geschrumpften Markt der grafischen Branche auch in Zukunft behaupten zu können und das Überleben der Gruppe zu sichern.



Nutzen Sie die Erfahrung eines versierten Lead-Auditor beim Aufbau und der Pflege von prozessorientierten Management-Systemen:

- Qualitäts-Management nach ISO 9001
- Umwelt-Management nach 14001
- BRC/loP für Verpackungen
- Arbeitssicherheit
- FSC
- Klimaneutrales Drucken

Als Experte für Audits mit intensiven Erfahrungen in der Druckindustrie kann ich Ihnen die Vorbereitung auf die Zertifizierung wesentlich erleichtern und das Optimierungspotential in Ihrem Unternehmen erschliessen.

Projektweise, tageweise, nach Bedarf stehe ich Ihnen als Berater und Mitarbeiter auf Zeit zur Verfügung. Gerne komme ich zu einem kostenfreien Informationsgespräch zu Ihnen ins Haus.

Willy Ringisen

Unternehmensberatung

Krankenhausstrasse 7

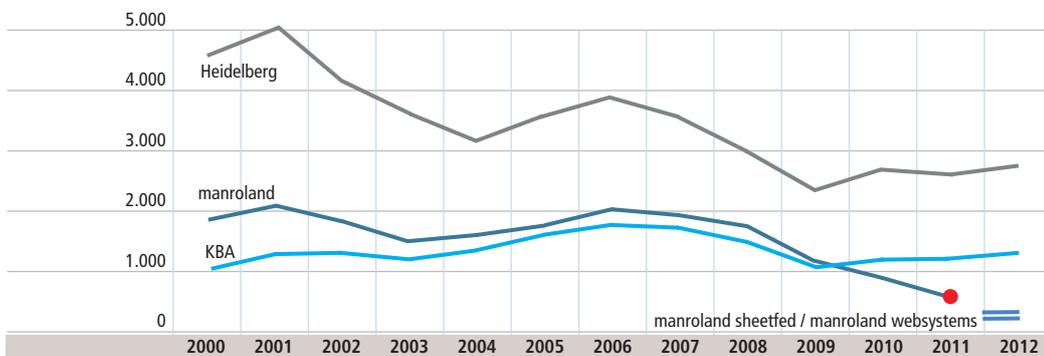
9053 Teufen

Tel.: +41 (0) 71 333 18 82

Mobil: +41 (0) 79 335 19 86

Mail: ringise@bluewin.ch

UMSÄTZE DER DRUCKMASCHINENHERSTELLER													
Umsatz in Mio. €	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Heidelberg	4.602	5.017	4.130	3.661	3.207	3.586	3.803	3.670	2.999	2.306	2.629	2.596	2.735
KBA	1.087	1.304	1.354	1.232	1.423	1.621	1.742	1.704	1.531	1.050	1.179	1.167	1.294
manroland	1.850	2.081	1.808	1.516	1.620	1.738	2.052	1.936	1.727	1.112	942		
manroland web													
manroland sheetfed													358



Quelle: Angaben der Hersteller; Druckmarkt-Archiv; © Grafik: Druckmarkt 2013

Nach den Rekordjahren um die Jahrtausendwende und einem Zwischenhoch im Jahr 2006 haben sich die Zahlen der Hersteller auf das Niveau der späten 1990er Jahre zurückbewegt. Am härtesten trifft es Heidelberg, dessen exorbitanter Anstieg in den Jahren 1997 bis 2001 mit Zukäufen im Zusammenhang stand. Seit 2009 gibt es für KBA und Heidelberg bei den Umsätzen zwar wieder leichte Zuwächse, doch die neuen Gesellschaften der ehemaligen manroland AG bewegen sich auf niedrigem Niveau – auch in der Summe beider Unternehmen weit entfernt vom Umsatz des ehemaligen Branchenzeitens. Die Umsätze der japanischen Hersteller Komori und Ryobi sind in der Grafik nicht berücksichtigt, da uns keine verlässlichen Zahlen vorliegen. Das Gleiche gilt für Goss und Mitsubishi.

erfolge mit dem Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, den Umfang der Tätigkeiten anzupassen und die Managementbasis zu konsolidieren, hiess es.

Durch das jetzt beschlossene Joint Venture, an dem Ryobi mit 60% und Mitsubishi mit 40% beteiligt sind, werden die Bogenoffset-Geschäfte beider Unternehmen zusammengeführt. Dadurch sollen Synergien beim Produktsortiment, eine Ausweitung der Entwicklungskapazitäten, Kostenreduzierungen und eine Stärkung der Verkaufs- und Service-Netzwerke erzielt werden.

Ryobi MHI Graphic Technology Ltd., so der Name des neuen Unternehmens, geht gegenwärtig von einem steigenden Bedarf an vergleichsweise einfachen Druckmaschinen in Schwellenländern aus, während in den entwickelten Märkten der Bedarf an hochspezifizierten Produkten steige. Daher gibt man sich beim Ziel für das erste Geschäftsjahr relativ bescheiden: Das etwa 450 Mitarbeiter zählende Unternehmen, das am 1. Januar 2014 an den Start gehen soll, peilt einen Umsatz von 30 Mrd. Yen (rund 230 Mio. €) an.

Daraus lässt sich (auch wenn uns keine verlässlichen Umsatzzahlen der beiden bisherigen Anbieter Mitsubishi und Ryobi vorliegen) ableiten, dass die Umsätze in den letzten

Jahren eher bescheiden waren und sich noch nicht einmal auf dem Niveau von Goss, manroland web systems oder manroland Sheetfed bewegten. Letztere nennen jeweils etwa 300 Mio. € als Jahresumsatz, spucken den beiden Platzhirschen Heidelberg und KBA zwar noch gelegentlich in die Suppe, sind aber aufgrund ihrer zurückgefahrenen Kapazitäten und geringerer Innovationskraft auf dem Weltmarkt kaum mehr für grosse Überraschungen gut.

Und ob es dem neuen Joint Venture aus Japan gelingt, im globalen Wettbewerb eine bedeutende Rolle zu spielen, bleibt abzuwarten.

Weitere Diversifizierung

Bessere Voraussetzungen hat da KBA. Der Würzburger Maschinenbauer hat sich durch Unternehmenszukaufe in den letzten zehn Jahren

profitable Produktfelder erschlossen. So ist KBA im Sicherheits- und Blechdruck, im wasserlosen Druck, in der Verpackung und im Kennzeichnungsdruck aktiv.

Diese Diversifikationsstrategie hat KBA in den Krisenjahren geholfen und soll durch gezielte Akquisitionen fortgeführt werden. Als Beispiel nennt Claus-Bolza-Schünemann die Absicht, den im wachsenden Folien- und flexible Verpackungen tätigen italienischen Druckmaschinenhersteller Flexotecnica zu übernehmen. Mit dem Abschluss der Übernahme wird im September 2013 gerechnet.

Dennoch diktiert auch bei KBA derzeit noch der Rotstift das Geschehen. Ende Mai beschäftigte die KBA-Gruppe mit 6.156 Mitarbeitern rund 100 weniger als vor einem Jahr. Ohne Auszubildende, Praktikanten und Beschäftigte in der Altersteilzeitphase liegt die Konzernbelegschaft bereits in der Nähe von 5.500. Nachdem in den letzten vier Jahren bereits über 2.000 Stellen weggefallen sind, hält der KBA-Vorstand zusätzliche Massnahmen für nötig. Im Klartext: Es wird weitere Stellenstreichungen geben.

Weiter schrumpft bei Kosten und Personal auch die Devisen bei Heidelberg. Hier soll die Zahl der Beschäftigten von aktuell 14.200 auf etwa

13.500 Mitarbeiter bis Jahresende sinken.

Stabile Rahmenbedingungen

Der Konzernumsatz bei Heidelberg lag mit 2,735 Mrd. € rund 5% über dem Wert des Vorjahres. Dieses Umsatzniveau ist auch für das laufende Geschäftsjahr geplant. China ist inzwischen grösster Einzelmarkt von Heidelberg, der rund 16% zum Gesamtumsatz beigetragen hat. Bislang war Deutschland der grösste Absatzmarkt.

Wie sich die Situation konkret weiterentwickeln wird, ist schwer abzuschätzen. Heidelberg ist zumindest verhalten optimistisch. Insgesamt schätzt Heidelberg die Rahmenbedingungen für die Druckbranche im laufenden Geschäftsjahr als stabil ein. Der Markt sei robust, das weltweite Druckproduktionsvolumen bleibe gleich oder werde in geringem Umfang zunehmen. Heidelberg rechnet damit, dass sich auch die weltweite Nachfrage nach Druckmaschinen und Verbrauchsmaterialien entsprechend entwickelt. Deshalb geht Heidelberg in den kommenden Jahren von einem stabilen bis leicht wachsenden Umsatz aus.

Zu verkaufen, Platz Zürich

Druckvorstufen-Betrieb

mit CTP 50x70, CTF 50x70, Web-to-Print-Shop, Scanning, Plakatdruck. Gute Existenz für initiativen Berufsmann-frau oder auch ideal für Druckerei ohne Vorstufe.

Kontaktaufnahme: prepress@gmx.ch

