



Ein lachendes, ein weinendes Auge

Druckmarkt-Gespräch mit Heidelberg-Schweiz-CEO Reginald Rettig

So ist das Leben eben. Kaum hat man sich aneinander gewöhnt, sind schon neun Jahre vorbei und es gibt eine Veränderung, einen Wechsel, einen Abschied. »Nein, kein wirklicher Abschied«, sagt Reginald Rettig, der zwar im Sommer die Schweiz verlassen wird, um innerhalb der Heidelberg-Organisation eine neue Aufgabe zu übernehmen. Aber er übernimmt zum Januar 2010 den Vorsitz der Geschäftsführung der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH und wird gleichzeitig neben Deutschland auch die Gesamtverantwortung für den Vertrieb in Frankreich und eben auch für die Schweiz übernehmen. Hintergrund der Veränderung ist, dass der bisherige Chef der Deutschland-Organisation, Werner Albrecht, zum Jahresende in den Ruhestand geht und dass die bisherige Heidelberg-Vertriebsorganisation länderspezifisch neu aufgestellt werden soll. »Deutschland und die Schweiz sind Benchmarks, was die Kundenbasis und den Absatz für Heidelberg angehen«, so Reginald Rettig. Das sei auch der Grund, weshalb die Schweiz künftig nicht so nebenbei aus Deutschland gemanagt werden solle, sondern dass es an der Spitze der Heidelberg Schweiz AG einen neuen Vorsitzenden der Geschäfts-

leitung geben wird: Carsten Heitkamp, der bisher als Managing Director die Heidelberg-Länderorganisation Türkei führte.

Noch mehr Effizienz angestrebt

Die Änderung in der Vertriebsorganisation von Heidelberg hat zumindest nichts mit der wirtschaftlichen Situation Heidelbergs zu tun. Zumal die Vertriebsorganisation Deutschland und Schweiz auch im Geschäftsjahr 2008/2009 profitabel waren. Trotzdem werden die ökonomische Situation und der Wandel in der Branche auch in diesen beiden Ländern Einfluss auf die Arbeit haben. Schließlich machen die strukturellen Veränderungen innerhalb der Branche und ihrer Märkte vor keiner Grenze halt. »Es werden sich alle schwer tun, wieder Wachstum zu generieren«. Heidelberg sei allerdings überzeugt davon, dass der Druckmaschinenmarkt mittelfristig wieder das Vorkrisenniveau erreichen könne, allerdings mit anderen regionalen Schwerpunkten. Das Unternehmen gehe davon aus, dass das Geschäft in den Schwellenländern die Rückgänge in den Industrieländern ausgleichen könne. Und hier sehe sich der Konzern gut positioniert. »Als globales Unternehmen wird Heidelberg am Wachstum in den Schwellenländern und in den

Ein Abschied kann unterschiedliche Gründe haben: man könnte sich auseinander gelebt haben, es kann auch manchmal einfach besser so sein, man hat jemand anderes kennen gelernt oder man ist Manager – und die werden überall gebraucht. Erfolgreiche allemal.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



Reginald Rettig ist seit 1979 in führenden Positionen für Heidelberg tätig. Der gelernte Kaufmann begann seine Karriere bei Heidelberg in der Vertriebszentrale. 1995 übernahm er die Leitung der Niederlassung in Frankfurt. 2000 zog er in die Schweiz als Vorsitzender der Geschäftsleitung der Heidelberg Schweiz AG. Nun wechselt er wieder nach Heidelberg und übernimmt zum Januar 2010 den Vorsitz der Geschäftsführung der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH.



Bereichen Etiketten und Verpackung teilhaben«, so Reginald Rettig zur Situation des Druckmaschinenbaus. Dabei haben die Druckmaschinenhersteller ja selbst an der Schraube für einen rückläufigen Absatz gedreht. Es gibt mit jeder neuen Maschinengeneration Produktivitätssteigerungen zwischen 25% und 40% alleine schon durch die Maschinen, deren Effektivität und gestiegene Produktivität – aber auch durch die Integration intelligenter Workflows. »Man mag vielleicht glauben, das Limit an Automatisierung sei erreicht«, so Reginald Rettig. »Doch das täuscht. Die Stillstandszeiten der Maschinen selbst bei optimal aufgestellten Betrieben liegen noch immer bei etwa einem Drittel der zur Verfügung stehenden Produktionszeit. Selbst wenn die Einrichtzeiten und Fortdruckleistungen die restlichen zwei Drittel ausmachen, sind die nicht wirklich produktiven Zeiten noch immer zu hoch«.

Was nichts anderes bedeutet, dass Druckmaschinenhersteller wie Heidelberg weitere Effizienzsteigerungen anstreben werden, um ihren Kunden noch mehr Produktivität in einem sich der industriellen Produktion nähernden Markt zu geben. Und was folglich auch dazu führen

wird, dass eine neue Maschine ein Mehrfaches an Produktivität bringen wird, was bisherige Maschinengenerationen leisteten. »Dabei hatten die jüngsten Generationen der Maschinen und Workflows seit 2000 ja bereits geradezu Quantensprünge mit sich gebracht«, räumt Reginald Rettig ein. »In der Schweiz ist der Trend zu einer einzigen hochproduktiven Maschine sehr ausgeprägt«.

Erhöhte Produktionssicherheit

Allerdings machen die Maschinen und Workflows die Effizienzsteigerungen alleine nicht aus. Deshalb hat Heidelberg beispielsweise sein Materialgeschäft unter der Marke Saphira in jüngster Zeit erheblich intensiviert. Doch es geht hier nicht alleine nur um zusätzliche Umsatzgenerierung. »Natürlich bietet Verbrauchsmaterial in wirtschaftlich schwierigeren Zeiten die Basis für

einen einigermaßen konstanten Umsatz. Aber man darf eines nicht vergessen: Material ist auch Technologie, das auf andere Technologien abgestimmt werden muss. Wenn das jeder Drucker für sich tut, ist das zwar erfreulich, doch wenn wir entsprechende Materialien testen und auf die Druckmaschine oder ihre Aggregate abstimmen, kommt das allen Kunden zugute. Und weniger Probleme beim Zusammenspiel von Material und Maschine erhöht die Produktionssicherheit.« So gesehen ist der Handel mit Material wie Farbe, Lack, Drucktücher etc. nicht nur ein »Umsatzbringer für Heidelberg«, sondern generell ein wirtschaftlicher Faktor – vor allem auch für die Druckereien.

Dabei ist es nicht das Ziel von Heidelberg, das Geschäftsmodell Druckerei komplett zu besetzen. »Aber wir können den Kunden helfen, die

optimale Maschinenkonfiguration für eine vorhandene oder angestrebte Produktpalette zu finden«, erläutert Reginald Rettig. Dazu bietet Heidelberg in seinem Bereich Business Consulting Simulationsmodelle an, mit deren Hilfe mögliche Zukunftsszenarien für den Drucksaal »durchgespielt« werden können, um eine zusätzliche Grundlage für die richtige Investitionsentscheidung bieten zu können. Reginald Rettig hat festgestellt, dass sich viele Kunden nach einer solchen Simu-

Streifeneinschussgeräte für alle Druck-, Kartonagen- oder Papierverarbeitungsmaschinen

Bohren • Lochen • Perforieren • Stanzen
Nuten • Eckenrunden • Register stanzen
Heften • Zählen • Streifen einschneiden
Wiegen • Vereinzeln • Fälzeln • Block-
leimen • Banderolieren • Nummerieren
Rillen • Handwalzen • Diverse Messgeräte
Graph. Maschinen- und Apparatebau
JOSEF FOELLMER GmbH
Klippeneckstr. 8 • D-78056 VS Schweningen
Telefon (06 49) (0) 77 26 - 30 12 0 • Fax 30 12 50

• Katalog • e-mail:foellmer@foellmer.com
• anfordern • http://www.foellmer.com

Das Geschäft in der Schweiz, resümiert Reginald Rettig, war für Heidelberg in den letzten Jahren sehr stark auf hohem Niveau und auf stabiler Basis konstant bis heute.

lation ihrer Druckaufträge eines definierten Zeitraumes in ihren Entscheidungen bestärkt oder bestätigt fühlen. »Vor allem aber hat unser Beratungsansatz oft genug Dinge herausgearbeitet, an die man zuvor nicht dachte.«

Insbesondere dann, wenn ein Kunde über einen Formatwechsel nachdenkt, gilt es ja nicht nur die Druckmaschine zu betrachten, sondern das gesamte Umfeld von der Administration über die Vorstufe und den Druck bis hin zur Weiterverarbeitung und Logistik.

So hat auch Schlaefli + Maurer, die jetzt in die erste Heidelberg-Großformatmaschine der Schweiz investierten, die Beratung von Business Consulting genutzt (siehe separaten Beitrag auf Seite 56). »Dabei hat es mich schon überrascht, dass die erste Heidelberg XL 145 der Schweiz an einen Akzidenzdrucker geht. Ich hätte auf den Verpackungsdruck getippt, was unsere Freude über den Abschluss aber nicht schmälert.« Vor allem, so Reginald Rettig, weil Schlaefli + Maurer einmal den Anspruch von Heidelberg als Gesamtlösungsanbieter akzeptiert hat. Zum Zweiten, weil dem Kunden der starke Service von Heidelberg imponierte. »Das Thema Service wird ohnehin allgemein immer wichtiger. Und



für Schlaefli + Maurer zählte nicht zuletzt unser Standort mit etwa 120 Technikern, von dem aus wir in einer halben Stunde vor Ort sein können.«

Heidelberg Schweiz erfolgreich

Das Geschäft in der Schweiz, resümiert Reginald Rettig, war für Heidelberg in den letzten Jahren sehr stark auf hohem Niveau und auf stabiler Basis konstant bis heute. Selbst wenn sich der Maschinenverkauf in den nächsten Monaten nicht mehr so gut anlassen sollte, was angesichts der globalen Wetterlage nicht auszuschließen sei, werde Heidelberg seine Kompetenz ausspielen können. »Sicher lässt sich bei dem

einen oder anderen Betrieb mit Prozessoptimierung und einem Workflow wie Prinect mehr bewegen als mit Metall«, räumt er ein. Aber auch in diesem Falle könne Heidelberg alles bieten, was Kunden aktuell benötigen. Doch ein Abreißen der guten Geschäfte sei bisher nicht festzustellen.

Obwohl die Schweiz über lange Zeit ein typischer Markt für den Formatbereich 50 x 70 cm war und auch heute noch ist, wurden im Ländervergleich in den letzten 18 Monaten überproportional viele 3B-Maschinen verkauft. Die Zahlen sprechen für sich: Insgesamt wurden in der Schweiz bisher rund 180 Druckwer-

ke der Baureihe XL 105 und über 70 Druckwerke der XL 75 verkauft – alles Maschinen der Peak-Performance-Class. »Im A3-Bereich spüren wir zurzeit ein wenig Verunsicherung und Zurückhaltung. Dafür aber haben wir in den letzten vier bis fünf Jahren extrem viele A3-Maschinen verkauft. Wenn wir in der kleinen Schweiz etwa nahezu 150 Druckwerke pro Jahr installieren, ist das gemessen an vielfach größeren Märkten schon beachtlich.«

Anicolor für größere Formate?

Dazu gehören auch die Maschinen der Anicolor-Klasse. Hier hat Heidelberg Schweiz relativ gesehen mit sieben Installationen und mehr als 30 Druckwerken einen beachtlich hohen Anteil. »Und kein Kunde hat die Investition je bereut«, so Reginald Rettig. Viele Kunden seien darüber hinaus an dieser Technologie auch in größeren Formaten interessiert. Heidelberg prüfe zur Zeit die technischen Realisierungsmöglichkeiten für größere Formate, so Reginald Rettig. »Mit der Anicolor-Technologie haben wir auf jeden Fall ein Wettbewerbsprodukt zum Digitaldruck. Auch wenn viele Druckereien zur digitalen Drucktechnik tendieren oder diese bereits einsetzen, ist der



Anlässlich der Open-House-Veranstaltung im Juni 2009 stellte Reginald Rettig seinen Nachfolger vor. Der bisherige Managing Director von Heidelberg Türkei, Carsten Heitkamp (44), wird ab September 2009 neuer Vorsitzender der Geschäftsleitung der Heidelberg Schweiz AG. Der Maschinen- und Wirtschaftsingenieur Carsten Heitkamp kam 1995 zu Heidelberg. Als Produkt- und Sales Manager war er zunächst für die Bereiche Direct Imaging und Digitaldruck bei Heidelberg Kanada und später für die Vorstufensysteme in Kiel verantwortlich. Im März 2003 übernahm Carsten Heitkamp die Aufgaben des Managing Director von Heidelberg Türkei in Istanbul.

Einsatz aus wirtschaftlicher Sicht aber immer vom Betrieb und der Auftragsstruktur abhängig.« Andererseits weiß er auch, dass viele Betriebe längst zweigleisig produzieren – digital und konventionell im Offset. Und er stellt fest: »Das sind die erfolgreichsten.«

Einen echten Wettkampf zwischen Digital- und Offsetdruck sieht Reginald Rettig jedoch nicht. »Ich habe den Eindruck, dass viele Druckereien ein Nebeneinander und eine Ergänzung in den jeweiligen Technologien anstreben.« Nicht zuletzt deshalb zeigte Heidelberg auf der Open House Mitte Juni auch das Zusammenspiel von Offsetproduktion und Digitaldruck – gesteuert über einen einheitlichen Workflow innerhalb der Prinect-Produktpalette.

**Typisch Schweiz:
pffiffig und umtriebig**

»Die Schweizer Druckindustrie ist keine klagende Industrie«, stellt Reginald Rettig fest. Und sinngemäß fährt er fort, dass andere Nationen eher zum Jammern und Klagen neigen, während sich die Schweizer gezielt Gedanken um ihre Zukunft machen und nach kurzer Zeit mit innovativen Ideen Neues wagen. »Es gibt in der Schweiz viele kleine innovative Betriebe, die unternehmerischen Mut beweisen«. Diese

seien aber auch generell mit einer besseren Kapitaldecke ausgestattet als in anderen Ländern. Hinzu komme, so Rettig, dass die Aufträge breiter verteilt seien als beispielsweise in Deutschland. Möglicherweise, weil es in der Schweiz weniger Großindustrie gibt. Und die international aufgestellten Unternehmen lassen ohnehin nicht alles im eigenen Land drucken. »Das Klumpenrisiko ist hier weit weniger dramatisch als in Deutschland mit seiner zum Teil regionalen Konzentration von Großindustrie und Branchen.«

**DRUCKMARKT
impressions**

Das erste PDF-Magazin der Branche im Internet. Monatlich mit Bildstreifen, Hintergrundberichten und Nachrichten.

www.druckmarkt.com

Zwar räumt Reginald Rettig ein, dass auch in der Schweiz viele der klassischen Dorfdruckereien praktisch verschwunden seien, doch schätzt er die Schweizer Drucker generell als sehr pffiffig und umtriebig ein. Dabei ist die regionale Verwurzelung in der Schweiz sehr tiefgehend. Und auch die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit sprechen dafür, den regionalen Drucker zu beauftragen. »Oder macht es Sinn, wegen ein Paar Rappen Papier um die halbe Welt zu karren und als bedruckte Drucksachen wieder zurück zu transportieren?«

**Ein lachendes,
ein weinendes Auge**

Reginald Rettig – es sei einfach erlaubt, eine kleine Würdigung vorzunehmen – ist keiner, der sich aufdrängt oder in den Vordergrund spielt. Er ist schlicht und einfach ein angenehmer Gesprächs- und Geschäftspartner und nicht zuletzt ein exzellenter Kenner der Branche. Weshalb er auch bei seinen Kollegen im Vertrieb hoch angesehen ist. »Stets fair und aufrichtig«, sagt einer seiner Schweizer Wettbewerber. »Eigentlich ist es ein Verlust für die Branche in der Schweiz.« Aber wie fühlt sich jemand, der neun Jahre erfolgreich war? Deshalb haben wir Reginald Rettig natürlich

gefragt, ob es ihm schwer fällt, die Schweiz zu verlassen. »Ja, doch. Ich gehe mit einem lachenden und einem weinenden Auge«, sagt er. »Lachend, weil die neue Aufgabe eine enorme Herausforderung ist und die viel Interessantes und Neues verspricht. Und weinend, weil ich in der Schweiz fantastische Menschen kennen gelernt habe – nicht nur im täglichen Geschäft, auch privat. Und vor allem ist mir die Mentalität der Schweizer sehr nahe. Da wird nicht viel diskutiert, da wird angepackt. Und: hier zählt noch der Handschlag.«

Aber Reginald Rettig tröstet sich selbst: »Ich bin ja nicht komplett aus der Schweiz verschwunden. Ich werde nach wie vor präsent sein, wenn auch nicht jeden Tag. Und ich werde meinem Nachfolger mit Rat und Tat zur Seite stehen.«

Wie sagt Friedrich Schiller so richtig? »Der Abschied von einer langen und wichtigen Arbeit ist immer mehr traurig als erfreulich.« Auch der österreichische Schriftsteller Arthur Schnitzler stellte fest: »Ein Abschied schmerzt immer, auch wenn man sich schon lange darauf freut.« Da ist der Volksmund pragmatischer: Man soll ein Fest verlassen, wenn es am Schönsten ist.

➤ www.ch.heidelberg.com

