

»Saustark« – aber wenig zeitgemäß

Seit dem April-Heft 2009 haben wir in jeder Ausgabe einen der großen deutschen Druckmaschinenhersteller und seine Schweizer Vertretung portraitiert. In diesem Heft berichten wir über die Aktivitäten der Chromos AG, sind damit »in Japan angekommen« und auch am Ende der Serie, die – hätten sich die Spekulationen bewahrheitet – in einer Story über die Fusion der größten Druckmaschinenhersteller ihren Höhepunkt erreicht hätte.

Dies können wir uns und Ihnen ganz offensichtlich ersparen. Denn nach aktuellen Meldungen liegen die Pläne für einen Zusammenschluss von Heidelberg und manroland erst einmal auf Eis. Grund seien die jüngsten Quartalszahlen von Heidelberg (siehe Seite 2), die schlechter als erwartet ausgefallen seien. In der Tat addieren sich diese Zahlen (auf das Geschäftsjahr gerechnet) zu einem Umsatz von gut 2 Mrd. €. Diesen Umsatz erreichte Heidelberg letztmals 1996, also vor Mehdorn's Expansionsoffensive mit dem Zukauf von Herstellern wie Linotype-Hell, Stahl, Brehmer etc. Lustig ist das nicht, hält man sich vor Augen, dass Heidelberg 2001 noch einen Umsatz von mehr als 5 Mrd. € erreichte.

Natürlich ist zu hoffen, dass es nur eine kurze Periode ist. Wie beim Langstreckenflug, wo man wegen lokaler Turbulenzen mal zwischendurch wieder den Gurt anlegen muss. Keiner will einen Unwetterflug, obwohl die Prognosen auf ein Tief mit konstantem Charakter deuten.

Es wird zu Radikalkuren kommen müssen, die hoffentlich mehr Flexibilität und Alternativen zu den »großen Lösungen« bringen, mehr Engagement in den Einstiegs-Segmenten, vor allem auch wieder deutliche Präsenz im Digitaldruck. Denn das Prinzip »Wir bauen Maschinen für die Ewigkeit – robust, gut, zuverlässig und ihren Preis wert« scheint versagt zu haben. Weil das Schlimmste, was einer Druckerei heute passieren kann, eine Druckmaschine ist, die nicht in überschaubarer Zeit gegen eine neue ausgewechselt werden kann. Mit anderen Features, Formaten und mit weniger Investment.

Was Heidelberg, KBA und manroland samt ihrer fernöstlichen Konkurrenz bauen und liefern, ist »saustark gut« – passt aber offensichtlich immer weniger zu den Bedürfnissen des Marktes ... und zum Zeitgeist.

Ihr Druckmarkt-Team



Klaus-Peter
Nicolay

Jean-Paul
Thalmann

Hans-Georg
Wenke

Inhaltsverzeichnis

	Markt & Zahlen
02	Nachrichten
02	Quartalsumsatz lässt Verlust erwarten
04	Papierfabrik Koehler übernimmt Katz
	Prepress
05	Zu wenig seriös?
	Ökologie
06	Denkt bitte auch jemand an die Kunden?
08	Klimaschutz oder Ablasshandel?
13	Wurde beim Klimaschutz das Ziel verfehlt?
14	Durch's Dickicht der Umweltlabel
	Print & Finishing
18	»Es wird viel genauer evaluiert«.
46	Bewertung von Messresultaten
	Digitaldruck
24	Chancen für die digital gedruckte Zeitung
30	Ganzheitliche Lösung für das Dokument
32	Produktivität und Qualität für schmalere Budgets
	Management
40	Chancen für Mediendienstleister
44	net4print.ch
	Nachrichten
50	Aus den Kantonen
	Rubriken
33	VSD
48	gib
56	Impressum

Wie bitte, Sie kennen unseren
Stellenmarkt noch nicht



www.mediaforum.ch