

KODAK VERKAUF DER EIGENEN ZUKUNFT

Eastman Kodak hat am 15. März 2016 bekannt gegeben, für seine Prosper-Inkjet-Systeme einen Käufer zu suchen. Das umfasst sowohl die glücklosen Prosper-Maschinen als auch die erfolgreichen Inkjet-Köpfe und Eindrucksysteme.

Ein Kommentar von MICHAEL MITTELHAUS

Damit gab das Unternehmen, das sonst die Veröffentlichung von Verkaufszahlen scheut, wie der Teufel das Weihwasser, gleichzeitig zu, das nur 50 bis 60 Prosper-Anlagen im Markt installiert sind, wie meine misstrauischen Schätzungen in den vergangenen Jahren immer angenommen haben. Das ist gegenüber fast 200 T-Rotationen des Rivalen HP eine Erzpleite. Der Verkaufserfolg der Prosper Eindruckköpfe (über 1.200 Stück) zeigt zwar, dass Kodak die Kopftechnik entwickeln, die darauf aufbauende Druckmaschinen aber nicht verkaufen konnte.

So trug der Geschäftsbereich Inkjet auch nach der Befreiung aus Chapter 11 einen wesentlichen Beitrag zur anhaltend negativen Bilanz von Kodak bei (nach -118 Mio. US-\$ im Jahr 2014 weitere -75 Mio. \$ 2015). Statt des geplanten Umsatzzuwachses erlebte er sogar massive Rückgänge. Nun muss der einstige Prepress-Riese aus den USA offenbar auf Druck der Kreditgeber seine Kronjuwelen zum Verkauf anbieten: die zukunftssträchtige Prosper-Technik, das Kernstück der (Inkjet)-Zukunft des einst mächtigen grafischen Lieferanten.

Im Inkjet sieht derzeit die gesamte Druckbranche ihre Zukunft – und Kodak sah sie dort erst recht. Denn genau diese Kodak wurde seit mehr als einer drupa nicht müde zu betonen, dass der Inkjet die Zukunft des gesamten Konzerns darstelle. Zum Insolvenzausstieg gab es sogar einen detaillierten »Fünf-Jahresplan«, in dem angenommen wurde, dass die rückläufigen Umsätze der »konventionellen« Drucktechnik samt Vorstufe durch eine kontinuierliche Steigerung der Verkäufe und Erlöse an Inkjet-Technik kompensiert würden, bis diese zum Hauptumsatzträger einer Firma Kodak der Zukunft würden.

Die wirtschaftliche Realität hat sich bisher allerdings wenig an diesen Plan gehalten. Deshalb soll nun genau diese Zukunftshoffnung verkauft werden – ein Verzweigungsschritt der Kreditgeber, die sich vom Schlachten der »Prosper-Sau« offenbar sicherere Erlöse versprechen, als der weiteren Aufzucht ihrer Nachkommen – jedenfalls unter Kodak-Regie.

Das aber ist gleichzeitig der Anfang vom Kodak-Ende, denn Prosper war tatsächlich der technologische Kern der Hoffnung auf eine glanzvolle Zukunft. Weder die Druckplatten noch der technologisch immer mehr abgehängte Workflow-Sektor haben die Fähigkeit für eine nennenswerte Konzernzukunft. Das kann und konnte nur der Inkjet – dessen sich Kodak nun weitestgehend entledigen will, woran die Restpostenbörse der Versamarks und der tonerbasierten Nexpress mangels Marktgröße wenig zu ändern vermag.

Schlüssig wäre es, wenn die Banken und Kreditgeber, die Kodak wohl zu dieser Verzweigungstat getrieben haben, die drupa-Präsenz des Unternehmens auf ein kostensparendes Minimum zu beschränken. Im Grunde reichen für Kodak zur drupa 2016 genau zwei Verhandlungskabinen als Messestand: Kabine 1, in der der Deal zum Verkauf der Prosper-Technologie und der Kodak-Zukunft besiegelt wird und Kabine 2, wo die Restgeschäfte der Kodak (Platten, Workflow, Nexpress und ein bisschen Flexo) gleich mit verscherbelt werden. Das spart die Kosten einer eigentlich nutzlos gewordenen Messepräsenz und würde helfen, die zu erwartenden Millionenverluste im Jahr 2016 zu verringern. Was will man auf einer Fachmesse schließlich noch zeigen, wenn man keine Zukunft mehr hat?

Austria | Belgium | Czech Republic | Denmark | Finland | France | Germany | Greece | Hungary | Ireland | Italy | Liechtenstein | Luxembourg | Netherlands | Norway | Poland | Romania | Slovakia | Spain | Sweden | Switzerland | Turkey | United Kingdom | Ukraine



DIESE MAGAZINE UND DER EDP AWARD WERBEN FÜR SIE.

Die 20 führenden europäischen Fachmagazine für digitale Produktionstechniken, die sich zur European Digital Press Association zusammengeschlossen haben, zeichnen jährlich die besten Lösungen und Produkte aus den Kategorien Software, Digitaldruck, Finishing, Substrate, Tinten und Toner mit den begehrten EDP Awards aus. So unterstützen die Magazine mehr als eine halbe Million Leser in 25 Ländern bei ihren Kaufentscheidungen – und die EDP Awards werten die Produkte auf.

Reichen Sie jetzt Ihre Bewerbung ein.
Und nehmen Sie Ihren EDP Award 2015/2016
auf der drupa 2016 am 1. Juni im drupa cube (Halle 6)
entgegen.
www.edp-awards.org



www.edp-net.org