



FINISHING HEIDELBERG ÜBERNIMMT DIE MBO-GRUPPE

Die Heidelberger Druckmaschinen AG will mit der Übernahme der weltweit tätigen MBO-Gruppe ihr Angebot im Wachstumsmarkt der Weiterverarbeitung weiter ausbauen und sich zugleich den Zugang zu neuen Kunden in der Mailing- und Pharma-Industrie verschaffen.

Es ist wohl eine strategische Entscheidung, denn schon bisher ist Heidelberg mit Falzmaschinen recht gut aufgestellt. Was fehlt, sind auf der einen Seite Falzmaschinen, die über das Format 70 x 100 cm hinausgehen, auf der anderen Seite spezielle Falz- und Mailingmaschinen, wie sie die MBO-Tochter Herzog + Heimann zu bieten hat. Jetzt wird das Portfolio auf die Wachstumssegmente Digital und Verpackung ausgerichtet.

»Durch den Erwerb schließen wir eine Lücke für industrielle Prozesse in der digitalen Zukunft und erwarten Synergien in der Wertschöpfungskette«, kommentiert **Rainer Hundsdörfer**,



Vorstandsvorsitzender von Heidelberg, die Akquisition. Der Kauf von MBO bringt neben dem Umsatzvolumen von rund 50 Mio. € die Übernahme der Standorte Oppenweiler (MBO) und Bielefeld (Herzog + Heimann) sowie

des Produktionsstandorts im portugiesischen Perifita mit insgesamt etwa 450 Mitarbeitern mit sich.

Welche Rolle indes der Heidelberg-Standort Ludwigsburg in dieser neuen Konfiguration künftig spielt, wurde nicht kommuniziert. In jedem Fall wird das Marktangebot weiter konsolidiert. Neben Heidelberg/MBO verbleiben nur noch wenige Wettbewerber wie GUK/MB Bäuerle und Horizon.

ni



Halbjahresbilanz **MODERATES WACHSTUM BEI HEIDELBERG**

Heidelberg hat seine Umsätze im ersten Halbjahr des Geschäftsjahrs 2018/ 2019 um 6% auf 1.114 Mio. € (Vorjahr: 1.054 Mio. €) gesteigert. Die Nachfrage nach Maschinen sei weiter solide und das neue Subskriptionsmodell führe zu weiteren Zuwächsen bei Auftragseingang und -bestand (siehe auch unseren Beitrag auf Seite 18). Der Aufbau dieses Geschäftsmodells wird zu Anfang nur relativ geringe, mittelfristig aber deutlich steigende Umsatz- und Ergebnisbeiträge liefern. Angesichts der Entwicklung in den ersten sechs Monaten bestätigt Heidelberg die Ziele für das Geschäftsjahr 2018/ 2019, bei denen der Umsatz moderat zulegen soll. So sei der Auftragseingang zum ersten Halbjahr um rund 6%

von 1.234 Mio. € im Vorjahr auf 1.306 Mio. € gestiegen. Laut Heidelberg hätten Währungseffekte von 17 Mio. € einen noch besseren Wert verhindert. Der Auftragsbestand habe sich um 23% von 627 Mio. € auf 774 Mio. € verbessert.

Die Umsetzung der Unternehmensstrategie in Richtung Digitalisierung schreitet nach Angaben von Heidelberg voran. Mit der neu gegründeten Einheit Heidelberg Digital Unit soll zudem das E-Commerce-Geschäft ausgebaut werden. Auch die IT soll im Rahmen einer digitalen Roadmap künftig noch stärker auf effiziente Prozesse und die Herausforderungen digitaler Geschäftsmodelle ausgerichtet werden.

› www.heidelberg.com