

Kompetent, engagiert, überzeugt

Die Vertriebsmannschaften aus Deutschland, Frankreich und der Schweiz haben für Heidelberg ein exzellentes Ergebnis abgeliefert. Doch dies liege auch an den Kunden, ist Reginald Rettig überzeugt, denn die hätten sich längst vom Handwerker zum Manager entwickelt.

Von Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay



Für die Vertriebsmannschaften in Deutschland, Frankreich und in der Schweiz war es wohl eine sehr gute drupa. **Reginald Rettig**, bei Heidelberg für diese Märkte verantwortlich, sieht den Beleg dafür schon in der Tatsache, dass der deutsche Markt im Heidelberg-Ranking den ersten Platz bei den Bestellungen belegte. »Wir haben die Ziele und Budgets erreicht, zum Teil sogar übertroffen. Auch die Schweizer Vertriebsmannschaft hat wieder einmal eine Punktlandung hingelegt. Vor der Messe waren wir uns da nicht ganz so sicher«, sagt Rettig. »Denn viele Betriebe hatten sich mit Investitionen zurückgehalten. Jetzt hat sich der Knoten offenbar gelöst – leider allerdings nicht bei allen. Für einige, die in den zurückliegenden Jahren nicht die notwendigen Mittel hatten, in einen modernen Maschinenpark zu investieren, sind solche Schritte jetzt gewaltig.«

AN PROFIL GEWONNEN Trotzdem habe er das Gefühl gewonnen, dass viele Führungskräfte und Inhaber von Druckereien in den letzten Monaten und Jahren deutlich an Profil gewonnen hätten. »Man spürt bei den Gesprächen ebenso wie bei den daraus resultierenden Entscheidungen mehr und mehr die wirklichen Unternehmer. Scheinbar hat eine starke Verschiebung von technikverliebten Handwerkern zu echten Managern stattgefunden, die zuerst ein Geschäftsmodell von allen Seiten beleuchten und durchspielen und erst danach die Technik ins Spiel bringen sowie nach adäquaten Maschinen suchen.«

Dabei habe die drupa auch gezeigt, dass die Philosophie von Heidelberg, alles aus einer Hand anzubieten, bei den Kunden akzeptiert und honoriert werde. »Die Kunden haben festgestellt, dass es Heidelberg dabei nicht um Umsatzmaximierung geht, sondern spüren, dass Heidelberg damit auch Verantwortung übernimmt.« Da dieses Angebot inzwischen die komplette Prozesskette umfasst, müssten die einzelnen Mitarbeiter bei Heidelberg, jeder in seinem Verantwortungsbereich, einen hohen Grad an Kompetenz mitbringen, stellt Reginald Rettig fest. »Engagement und der Schuss Verlässlichkeit überzeugt die Kunden.«

Dienstleistungen und Verbrauchsmaterialien Als Highlight erwies sich nach den Worten von Reginald Rettig die Service-Area, in der Heidelberg sein Angebot an technischen Dienstleistungen und Verbrauchsmaterialien in Verbindung mit den Equipmentlösungen von Heidelberg zeigte. Für

viele Kunden sei dadurch der Umfang des Angebots noch ersichtlicher geworden. Auf besonderes Interesse stieß dabei auch das Angebot an ökologischen Verbrauchsmaterialien der Saphira ECO-Linie.

»In keiner Kundenvorführung fehlte der ökologische Aspekt unserer Lösungen. Das Spektrum reicht ja vom vollständig CO₂-neutral gestellten drupa-Messestand über CO₂-neutral hergestellte Druckmaschinen bis hin zu den ökologischen Saphira-Verbrauchsmaterialien und ein auf einen niedrigeren Energieverbrauch in Druckereien ausgerichtetes Beratungsangebot«, erläutert Reginald Rettig.

INTEGRATION IST TOP-THEMA Das seit der drupa unter dem Namen Linoprint integrierte Digitaldruckangebot bietet Maschinen der Linoprint-C-Reihe (OEM-Produkte von Ricoh) und die Heidelberg-Eigenproduktion Linoprint L für den digitalen Verpackungsdruck. Alleine auf der Messe seien so viele Linoprint-C-Maschinen bestellt worden wie im gesamten Kalenderjahr 2011, sagt Reginald Rettig. Dabei habe die Ansteuerung der Maschinen über den Prinect-Digital-Print-Manager in den Druckereiarbeitsprozess viele Kunden überzeugt. Dabei standen auch der Prinect Business Manager sowie der Prinect Web-to-Print Manager im Vordergrund. »Ein Beweis dafür, dass Integration das Top-Thema der Branche ist«, meint Rettig.

Dies trifft wohl auch auf die Weiterverarbeitung zu. Das komplette Herstellen von Druck-Erzeugnissen im eigenen Haus samt Finishing bietet bessere Planungsmöglichkeiten und erspart zudem kosten- und zeitintensive Transporte.

»Immer mehr Unternehmen erkennen, welches Potenzial in einer Integration hier steckt und investieren in moderne Verarbeitungssysteme«, stellt Reginald Rettig fest. Und mit einem Blick auf die nächsten Monate glaubt er, dass die Ordertätigkeit wohl etwas abflachen werde: »Aber es wird weiterlaufen«, ist er überzeugt. »Denn Print lebt. Das hat die drupa gezeigt.«



➤ www.heidelberg.com

