

Es läuft was in der Zulieferindustrie

UPM Kymmene und Sappi wollen ein Joint-Venture eingehen, Xerox kauft Lexmark, Landa geht mit einem Schuldenberg von einer halben Milliarde Franken in die Nachlassstundung. Das sind Meldungen aus der Zulieferindustrie der letzten zwölf Monate. Der Strukturwandel in der Printbranche betrifft ja nicht nur die grafischen Unternehmen, sondern auch die System-, Papier- und Verbrauchsmateriallieferanten. Was bedeutet das alles für die Branche, welche Entwicklungen sind damit zu erwarten? Der Versuch einer Gesamtschau mit Schwerpunkt Druck und damit verbundener Analyse 2026 aus Schweizer Perspektive.

Text und Bild: Paul Fischer / Diverse Quellen

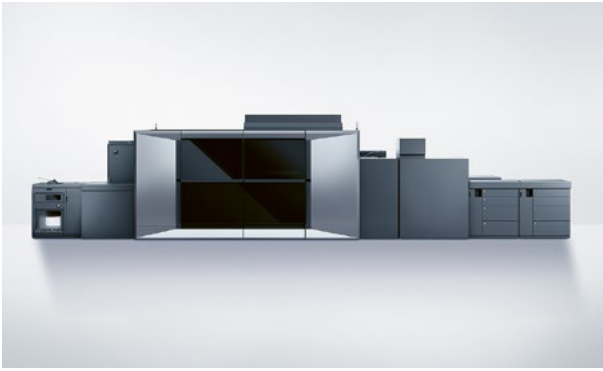
Vor wenigen Wochen verkündete die Graphax AG, welche seit Jahrzehnten die Produkte von Konica Minolta in der Schweiz vertreibt, sie verkaufe nun auch Produktions-Systeme von Fujifilm. Dies neben der CHROMOS Group und dpi. Fast parallel dazu kommunizierte Fujifilm Europe, ab Anfang April die Distribution der Bogen-Inkjetmaschinen und der Rollen-Inkjetsysteme für den Akzidenzdruck einzustellen. Canon und Heidelberg teilen mit, die neuen B2-Bogeninkjetmaschinen ab sofort zu verkaufen. Es sind Meldungen, die verblüffen und teilweise für Fragezeichen sorgen. Deshalb ist es angebracht, sich einmal vertieft mit der Marktpositionierung und der Strategie der führenden Anbieter auseinanderzusetzen. Im Fokus stehen die Anbieter von Drucksystemen. Die Weiterverarbeitungs-Anbieter und übrigen Marktteilnehmer werden gestreift, nicht weil sie unwichtig sind, im Gegenteil. Doch die entscheidenden Investitionsentscheide der kommenden Jahre drehen sich um die Frage analoge Drucktechnologien versus digitale Drucktechnologien.

Umsatz – wichtige Messlatte

Wie kann man die Stärke eines Zulieferunternehmens beurteilen? Ein Indikator sind die Marktanteile bzw. die Anzahl verkaufter und installierter Maschinen hierzulande und weltweit. Diese Zahlen sind allerdings nicht in den Geschäftsberichten zu finden und werden oftmals von den Anbietern nicht verifiziert. Ausser man möchte den eigenen Erfolg zelebrieren. Natürlich sind die Zeiten, als Druckmaschinen wie Autos vom Band liefen, vorbei. So verkaufte Heidelberg von ihrer legendären GTO zwischen 1972 bis 2014 110 000 Maschinen. Das gleiche Unternehmen hat seit 1975 rund 100 000 B2-Druckwerke hergestellt. Bei den industriellen Digitaldruckmaschinen sehen die Zahlen (noch) nicht so beeindruckend aus: HP Indigo hat mittlerweile 1200 B2-Bogenmaschinen in den Markt gebracht. Dies seit 2012. Canon kann auf rund 800 Installationen ihrer B3-Inkjetmaschinen schauen. Dies seit 2016. Fujifilm verkaufte 300 seiner B2-Inkjetmaschinen, deren Verkauf jetzt eingestellt wird. Über genaue Zahlen der



Heidelberg ist unbestrittener weltweiter Marktführer im Bogenoffsetbereich.



In vielen Bereichen setzt Heidelberg auf Kooperation, beispielsweise mit Canon im Digitaldruckbereich.



HP agiert seit Jahren im industriellen Inkjet-Rollenbereich sehr erfolgreich.

installierten Produktions- oder industrieller Bogen-toner-Systeme kann man nur spekulieren. Es dürften weltweit mehrere Hunderttausend sein. Aber auch bei den Offsetwerken dürften es weltweit zwischen 100 000 und 150 000 sein. Das sind nur Gesamtzahlen die keine vertiefte Rückschlüsse ermöglichen. Deshalb sind die globalen Geschäftszahlen der Unternehmen, welche Druckmaschinen oder -systeme herstellen, ein besseres Hilfsmittel zur Beurteilung. Für diesen Artikel wurden die Umsätze der wichtigsten Anbieter zusammengesucht. Auch wenn die Zahlen meistens öffentlich sind, ist eine zuverlässige Abgrenzung der verschiedenen Geschäftsbereiche nicht immer möglich. Dies gilt insbesondere für die grossen US- und japanischen Konzerne. Die Umsatzzahlen wurden in die Bereiche «Klassiker», «Digitale» und «Papier und Karton Europa» unterteilt. Aufgrund dessen kann man seine Schlüsse zur Marktpositionierung ziehen. Sie



HP-Tochter HP Indigo ist führend im industriellen Marktsegment. So wurden bislang 1200 B2-Systeme ausgeliefert.

Zulieferunternehmen der grafischen Industrie nach Umsatz

Die «Klassiker»

- Heidelberg 2,3 Mrd. Euro
- Bobst Group 2 Mrd. Euro.
- Flint Group 1,5 Mrd. Euro
- Koenig & Bauer 1,3 Mrd. Euro
- Kodak (gesamter grafischer Bereich) ca. 800 Mio. Euro
- Komori 600 Mio. Euro
- Müller Martini Gruppe (inoffizielle Schätzungen) 460 Mio. Euro
- Agfa Digital Print 430 Mio. Euro
- Eco3 410 Mio. Euro
- Screen Graphics Art ca. 300 Mio. Euro
- Manroland 300 Mio. Euro
- RMGT ca. 150 Mio. Euro
- Horizon (inoffizielle Schätzungen) ca. 110 Mio. Euro.

Die «Digitalen»

- Canon Konzern 24 Mrd. Euro
- Canon gesamtes Printsegment mit Office ca. 13,5 Mrd. Euro
- Canon Produktion Printing ca. 1,7 Mrd. Euro
- Fujifilm Konzern 19 Mrd. Euro
- Fujifilm Printsegment 4,5 Mrd. Euro
- Fujifilm, grafisches Geschäft über 3 Mrd. Euro
- HP gesamtes Printsegment 14 Mrd. Euro
- Ricoh Gesamtkonzern 16 Mrd. Euro
- Ricoh Digital Services (inklusive Tonerbusiness) ca. 7,6 Mrd. Euro
- Ricoh Production Printing ca. 1,7 Mrd. Euro
- Kyocera Gesamtkonzern 12 Mrd. Euro
- Konica Minolta Gesamtkonzern 7 Mrd. Euro
- Konica Minolta Production Printing ca. 1,4 Mrd. Euro
- Xerox Konzern (mit Printsegment) 6 Mrd. Euro
- Epson Konzern 9,5 Mrd. Euro
- Epson gesamtes Printsegment 3 Mrd. Euro
- Durst (inoffizielle Schätzungen) 100 bis 150 Mio. Euro.

Zum Vergleich:

- Adobe 20 Mrd. Euro
- SAP 34 Mrd. Euro

Papier und Karton in Europa

- Smurfit Kappa 11 Mrd. Euro
- UPM Kymmene 9,7 Mrd. Euro
- Stora Enso 9,3 Mrd. Euro
- Mondi 7,3 Mrd. Euro
- Sappi 5 Mrd. Euro
- Norske Skog 800 Mio. Euro

Zum Vergleich:

- Model Gruppe 940 Mio. Euro
- Perlen Papier 260 Mio. Euro



01 Koenig & Bauer ist ein führender Anbieter im industriellen Offsetmarkt.

02 Im Digitaldruck entwickelt man spezifische Lösungen.

03 Ist in den letzten Jahren im industriellen Digitaldrucksegment stark gewachsen: Canon. Im Bild eine Installation bei der Merkur Gruppe.

04 Auch Konica Minolta ist mit verschiedenen Drucktechnologien unterwegs. Blick in eine Inkjet-B2-Maschine, welche bei der Cavelti AG steht.

sagen aber nicht viel darüber aus, wie profitabel diese Firmen sind.

Traditionelle Offsetanbieter

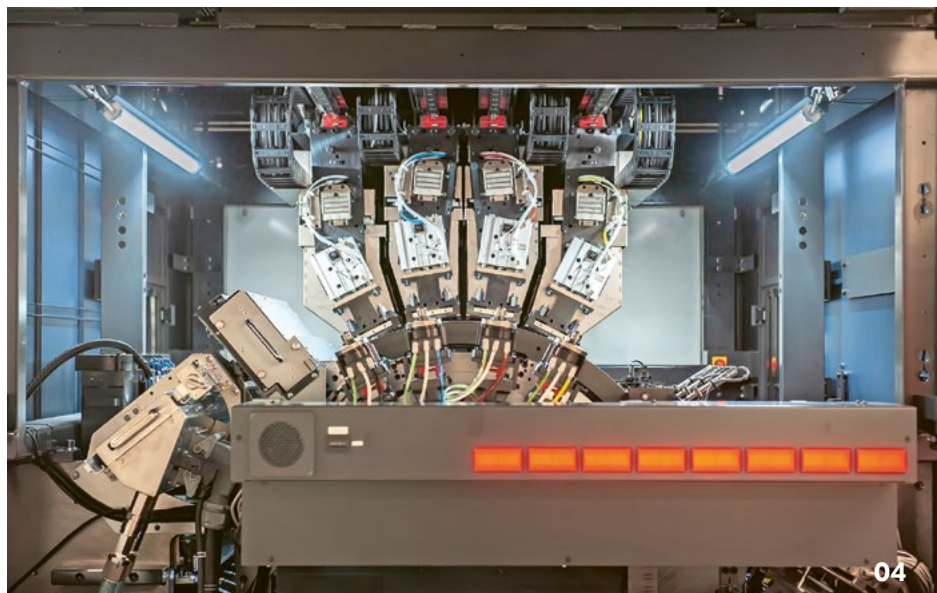
Grösster Anbieter ist nach wie vor Heidelberger Druckmaschinen AG. Das Unternehmen hat sich, wie alle seine Mitbewerber in den letzten 25 Jahren, mehrmals «gehäutet». In diesen zwei Jahrzehnten hat man vieles versucht, aufgebaut und dann wieder zertrümmert. Man denke an den B1-Inkjetdruck, das Grossformat im Offset oder das Sammelhefterengagement. Finanziell stand das Unternehmen mehr als einmal mit dem Rücken zur Wand. Doch es gibt einige erfolgreiche Geschichten. Was vielen heute gar nicht mehr bewusst ist: das Kerngeschäft von Heidelberg war die Bedienung des B3- und des B2-Bogenoffsetsegments. Kerngeschäft von Heidelberg ist heute die Herstellung von B1-Bogenoffsetmaschinen für die Verpackung und den Akzidenzdruck mit allem, was es dazu braucht. Die Klammer ist ein digitaler Workflow aus einer Hand. Vom B3-Offset-Marktsegment hat man sich mittlerweile komplett verabschiedet. Dabei unterscheidet sich Heidelberg in einem Punkt klar von den Mitbewerbern im Offsetdruck: das eine Standbein mit Entwicklung und Produktion von leistungsfähigen und technologisch sehr ausgefeilten Bogenmaschinen ist im deutschen Wiesloch. Das zweite Standbein mit leistungsfähigen Standardmaschinen im chinesischen Werk ist bei Schanghai. Ein weiteres Standbein ist Gallus im Etikettenmarkt. Hier bietet Heidelberg mittlerweile im Digitaldruck ein eigenständiges Gesamtkonzept an bis hin zur Entwicklung von eigenen Tinten. Man versucht, in den Inline-Flexomarkt zu wachsen. Dort, wo Heidelberg nicht eigene Lösungen anbieten kann, geht man Partnerschaften ein und bietet Technologien von Fremdanbietern unter eigener Marke an: mit Canon im B3- und im B2-Inkjet, mit Ricoh im Tonerbereich. Mit manroland besteht eine neue Partnerschaft im Grossoffsetbereich. Neben dem Druckgeschäft versucht Heidelberg, sich in Marktsegmenten ausserhalb der grafischen Branche mit seiner Dienstleistung zu diversifizieren. Nicht alle



verstehen die Heidelberg-Strategie, vor allem im Digitaldruckbereich. Doch die Zahlen stimmen (wieder). Der Konzern konnte seine Rentabilität deutlich erhöhen.

Die Nummer zwei im traditionellen Geschäft ist Koenig & Bauer. Mit geografischen Schwerpunkten in Würzburg und Dresden hat sich das Unternehmen ebenfalls deutlich gehäutet. Zur Jahrtausendwende war das Kerngeschäft die Herstellung von Rollenmaschinen für die Zeitung und die Akzidenz. Heute ist das nur noch ein Nebengeschäft. Koenig & Bauer bezeichnet sich als Firma für «High-End-Drucktechnologie». Das beschreibt die Positionierung sehr gut. Offsetdruck- und Flexodrucklösungen gibt es für den Akzidenzbereich, die Verpackung, aber auch für Nischenbereiche wie den Metalldruck, den Sicherheitsdruck oder den Hohlkörperdruck. Im Digitaldruck setzt man ebenfalls auf sehr spezifische und eigene Lösungen: Beispiele sind die Rollendigitaldruckmaschine RotaJET oder die Bogen-digitaldruckmaschine VariJet 106. In vielen Marktsegmenten wie dem B1- oder dem B2-Bogenoffset ist Koenig & Bauer ein direkter Marktkonkurrent von Heidelberg. Im Grossformat-Offset hingegen ist Koenig & Bauer Weltmarktführer. In vielen Segmenten verfolgt das Unternehmen also eine klare Nischenstrategie. Auch Koenig & Bauer wurde nicht von Marktstrukturierungen verschont, doch insgesamt waren und sind die Zahlen stabil und man hat sich gemäss den eigenen Erfolgsansprüchen entwickelt.

In der Schweiz ist Komori, die weltweite Nummer drei, in den Drucksälen mittlerweile nicht mehr so präsent, doch alle, die eine MBO-Maschine im Einsatz haben, sollten sich bewusst sein, dass diese Firma seit einigen Jahren eine Tochter der Komori Corporation ist. Komori selbst bietet Lösungen für den B1- und



B2-Bogenoffsetdruck an, daneben gibt es Spezialmaschinen für den Sicherheitsdruck und die Verpackung. Auch im Digitaldruck ist man mit Lösungen tätig. Nach wie vor ein Thema in der Schweiz ist die japanische RMGT, der Zusammenschluss von Ryobi und Mitsubishi im Druckmaschinengeschäft, dies durch den aktiven Vertrieb durch die CHROMOS Group. Mit seinen Zwischenformaten im B1- und B2-Segment bietet RMGT «Mainstream»-Lösungen, die eben nicht ganz «Mainstream» sind. Da besteht offensichtlich ein Markt.

Bleibt noch manroland. Einst Weltmarktführer im B1-Bogenoffsetsegment und Komplettanbieter in allen Formaten, hat die Firma noch ein begrenztes Portfolio im Grossoffset und B1-Segment. In der Schweiz ist das Unternehmen nicht mehr aktiv. Nach der Insolvenz des ehemaligen Mutterhauses vor über zehn Jahren wurde der Bogenbereich von der Langley Holding gekauft. Lange hielt sich das Unternehmen erstaunlich gut im Markt, doch mittlerweile entwickeln sich die Zahlen negativ. Im Rahmen eines Schutzschirmverfahrens soll die Zukunft gesichert werden.

Digitaldruckanbieter

Der Offsetdruck wird heute von Firmen dominiert, die 1817, 1850 und 1923 gegründet wurden. Der Digitaldruck ist da jüngerer Datums, erste einigermaßen produktionsfähige Toner- und Tintenstrahlsysteme wurden zwischen 1970 und 1980 vorgestellt. Dabei kann man mehrere Entwicklungsmuster erkennen: auf der einen Seite grosse Konzerne wie Canon, Ricoh, Konica Minolta, Fujifilm, Xerox oder HP, welche die Technologien im Bereich von Etagenkopierern einführten und nach dem Jahrtausendwechsel in den Produktionsdruck hineinwuchsen. Das zweite Muster sind Spezialisten, die sich von Anfang an auf das industrielle Segment fokussierten, wie Indigo, Xeikon, Scitex Digital oder IBM Infoprint, und die später oftmals von grösseren Marktteilnehmern aufgekauft wurden. Es gab in all den Jahren nur einen Versuch von «traditionellen» Anbietern, den «Massenmarkt» zu erschliessen: die Kooperation zwischen Heidelberg und Kodak, aus dem die B3-Tockentonermaschine NexPress entstand. Bereits nach wenigen Jahren stieg Heidelberg wieder aus. 2016 versuchte sich

Heidelberg nochmals mit einer B1-Bogeninkjetmaschine, dieses Experiment wurde 2020 beendet.

Wichtige Treiber für den Digitaldruck in Richtung Industrialisierung waren Fujifilm und Xerox. Diese beiden gründeten bereits 1962 die gemeinsame Firma Fujixerox mit Hauptsitz in Japan. Diese Partnerschaft endete 2020. Fujifilm übernahm alle Technologien von Fujixerox und entwickelte sich weiter, heute sind diese Systeme unter dem Markennamen Revoria im Verkauf. Daneben entwickelte sich Fujifilm im Inkjetbereich weiter, teilweise auch durch Übernahmen, wie beispielsweise die US-Firma Dymatix, welche Druckköpfe entwickelt und herstellt. Dymatix-Druckköpfe sind heute bei vielen leistungsfähigen Digitaldrucksystemen verschiedenster Anbieter im Einsatz. Doch just in dem Moment, wo man den Eindruck hatte, Fujifilm möchte mit voller Kraft die anderen Anbieter im industriellen Digitaldruck attackieren, kommt der Entscheid, keine eigenen B2-Bogenmaschinen und Akzidenz-Rollenmaschinen in Europa zu verkaufen. Xerox scheint sich ohnehin nach der Trennung von Fujifilm vom industriellen Druckgeschäft zu verabschieden. Interessant: Fujifilm liefert nach wie vor Toner-Druckengines an den ehemaligen Partner. Doch Xerox ist weiterhin ein Grosskonzern. 2024 übernahm man Lexmark, offensichtlich ist Unternehmen im Office-Bereich und im Inhouse-Printing global nach wie vor sehr präsent.

Industrieller Digitaldruck

Indigo mit seiner E-Ink (wird auch als Flüssigtoner bezeichnet) war Pionier des industriellen Digitaldrucks, auch wenn die Realität bei den Kunden in den ersten Jahren ähnlich desaströs war wie später bei Landa. Mit der Übernahme durch HP veränderte sich die Ausgangslage dramatisch. HP wurde dadurch zum weltweiten Marktführer bei industriellen Digitaldrucksystemen. Weltweit sind heute über 7500 HP Indigo-Systeme im Einsatz, davon 1200 im B2-Segment und 3000 im Bereich Etiketten und Verpackung. Daneben hat HP seine eigenen industriellen Inkjet-Rollensysteme auf den Markt gebracht. Rund 450 sind weltweit im Einsatz.

Canon schiebt sich mittlerweile ebenfalls immer mehr in den industriellen Druck. Ursprünglich vor allem im Toner-Druck tätig, konnte man mit der Übernahme



Ricoh (hier ein Blick in den North America-Showroom) ist breit aufgestellt.



Lange Zeit war Fujifilm mit Xerox eng verbunden. Nach dem Ende der Partnerschaft hat man sein eigenes Portfolio aufgebaut.

von Océ im Jahr 2009 auch die Marktstellung im industriellen Druck stark erweitern. Die letzten zehn Jahre sind vor allem von der Weiterentwicklung in der Inkjet-Technologie geprägt, dies sowohl in den japanischen wie auch den europäischen Entwicklungs- und Produktionsstandorten. Canon ist weltweiter Marktführer bei den Inkjet-Rollensystemen. Gerade im B3-Bogen-Segment hat das Unternehmen in den letzten drei Jahren die Märkte geradezu überrollt. Mittlerweile sind 800 Systeme installiert. Es ist deshalb nicht verwunderlich, dass Heidelberg für eine Nachfolgelösung des eigenen B3-Offsetdrucks mit den Japanern eine Kooperation eingegangen ist. Das ist nicht der letzte Streich: Canon wird dieses Jahr sowohl eine neue B3-Bogenmaschine, die strategisch unterhalb der bestehenden Systeme angesiedelt ist, wie auch eine B2-Bogenmaschine auf den Markt bringen. Dieses System wird ebenfalls von Heidelberg vertrieben.

Neben Canon sind auch noch Ricoh und Konica Minolta im industriellen Digitaldruck-Segment unterwegs. Ricoh ähnelt in der Strategie Canon: Inkjet-Rollensysteme, B3-Bogentonersystem (in Kooperation mit Heidelberg) und neu B2-Inkjetbogendruck. Konica Minoltas Kerngeschäft ist der Tonerdruck. Man bietet auch B2-Inkjetmaschinen an. Daneben ist man mit der Tochterfirma MGI im Digitaldruck-Veredelungsgeschäft unterwegs. Und dann sind da noch Anbieter wie Epson oder Kyocera, die vor allem Druckköpfe und alles darum herum

entwickeln und industriellen Druckanbietern verkaufen. Es sind Grosskonzerne, welche die Mittel hätten, um ein komplett eigenständiges Portfolio zu entwickeln. Doch wollen und sollen sie das?

Zukunftsaussichten Druck

Schaut man sich die Marktposition der verschiedenen Drucksystemeanbieter und deren Zukunftsaussichten an, so kann man Folgendes feststellen: den Anbietern von Offsetmaschinen ist es nie gelungen, eigene Systeme für den Massenmarkt zu entwickeln. In Nischen oder sehr spezialisierten Märkten zeigen sie aber auf, dass industrieller Inkjet aus eigener Kraft möglich ist. Ich persönlich bin mir nicht sicher, ob das Erzielen von grossen Marktanteilen im «Massengeschäft» für die traditionellen Anbieter wirklich erstrebenswert ist. Um in diesem Markt bestehen zu können, sind enorme Investitionen nötig. Die rund 500 Millionen Franken Schulden bei Landa sind ein Fingerzeig. Sollte Fujifilm seine Inkjet-Bogenmaschinen tatsächlich «einstampfen», dürften die Abschreiber ebenfalls schmerzhaft sein.

Lange war HP Indigo der unbestrittene Marktführer bei industriellen High-End-Systemen. Doch nun sieht man sich offensichtlich herausgefordert. Gerade im B3-Markt muss das Unternehmen kämpfen, weil hier nun ernsthafter Wettbewerb entstanden ist. Doch eines darf man nicht vergessen: die Drucktechnologiefrage. Fast alle Inkjetanbieter setzen auf wasserbasierenden Inkjet. Das ist eine Technologie, die, wenn gut umgesetzt, betriebswirtschaftlich sehr interessant ist. Doch wasserbasierender Inkjet hat seine Grenzen. Die Trocknungsthematik ist eine grosse Herausforderung. Das gilt für sehr dünne wie auch für sehr dicke oder spezielle Bedruckstoffe. Es gibt da Lösungen wie UV-Inkjet, doch viele wollen solche Technologien nicht einsetzen. Im Vergleich dazu bietet die E-Ink-Technologie von HP Indigo nach wie vor mehr Flexibilität. Spielt das eine Rolle? Mit den Augen einer Schweizer Akzidenzdruckerei betrachtet, weniger. Doch wenn man den Verpackungsdruck als den grossen globalen Wachstumstreiber identifiziert, erhalten solche Grundsatzfragen eine andere Gewichtung. Da bleiben auch die analogen Drucktechnologien Offset und Flexo ein sehr zentraler Faktor.

In meinen Augen ist die Partnerschaft zwischen Canon und Heidelberg ein neues «Power House» für die Branche, die alle anderen herausfordert, aber auch ein gewisses internes Konfliktpotenzial bietet. «Power House» deshalb, weil diese Zusammenarbeit ein komplementäres umfassendes Angebot von Digitaldruck und Offset bietet. Nach wie vor ein starker Marktteilnehmer ist HP plus HP Indigo. Haben die anderen Anbieter von Drucksystemen damit keine Chancen? Natürlich nicht. Koenig & Bauer ist bislang mit seiner Strategie gut gefahren. Und bei den japanischen Digitaldruck-Anbietern ist viel Substanz vorhanden, weil sie alle Teil von grösseren Industrie- und Technologiekonzernen sind. Allerdings muss sich das natürlich rechnen. Nische oder Masse, das ist die grosse Frage. Die Marktbereinigung, welche bei den Herstellern im Offsetdruck bereits erfolgt ist, steht dem Digitaldruck noch bevor. Da wird es noch die eine oder andere Überraschung geben.