

Fachkräftemangel, Kostensteigerungen und zögerliche Investitionsbereitschaft

# Stimmen zur DOXNET 2023

**Im Zuge der 25. DOXNET-Jahreskonferenz & Ausstellung, die ihren hohen Erwartungen auch in diesem Jahr wieder mehr als gerecht wurde, sprachen wir mit den DOXNET-Ausstellern über die aktuelle Marktlage, wichtige Trends und Impulse innerhalb der Druckbranche sowie die markantesten Herausforderungen, mit denen sich die Unternehmen aktuell konfrontiert sehen.**

## Joachim Koschier

Managing Director der Bowe Group



Im Vergleich zu den Vorjahren stellen wir fest, dass der Markt in diesem Jahr allgemein ein wenig langsamer an Fahrt gewinnt. Die ersten vier bis fünf Monate waren die Auftragseingänge eher zurückhaltend, was jedoch aufgrund der gestiegenen Zinsen und der höheren Kapitalkosten zu erwarten war. Wir erhalten vermehrt Finanzierungsanfragen, und der Start in dieses Geschäftsjahr erwies sich durchaus als zäh, das kann man nicht beschönigen. Doch mittlerweile konnten wir wieder verstärkt Aufträge akquirieren und sind daher zuversichtlich, dass wir bis zum Jahresende unsere ursprünglichen Prognosen und den Geschäftsplan wie erwartet einhalten können.

Es gibt im Markt eine gewisse Konsolidierung, die den Neu- und Ersatzinvestitionen entsprechend entgegenwirkt. Ich habe zudem den Eindruck gewon-

nen, dass einige Unternehmen noch nicht entschieden haben, ob sie Bereiche künftig outsourcen oder doch wieder refinanzieren und ihre Technologien erneuern wollen. Diese Unentschlossenheit, die sicherlich auch durch die weltpolitischen Rahmenbedingungen verstärkt wird, führt in vielen Fällen dazu, dass der Investitionszyklus bei den Unternehmen ausgedehnt wird. Insbesondere der Kuvertiersektor schrumpft und war im ersten Quartal durch eine deutliche Investitionszurückhaltung geprägt.

Ich sehe derzeit eine grundlegende Veränderung im Markt, die sich u.a. auch in den strukturellen Veränderungen unserer Wettbewerber widerspiegelt. Anders als bei anderen Unternehmen fordert unser Eigentümer jedoch keine Dividendenausschüttung von uns, sondern wir dürfen einen Großteil der Gewinne reinvestieren. Dies unterscheidet uns von der Unternehmenspolitik von normalen Unternehmen. Das spüren auch die Kunden. Denn wenn sämtliche Verdienste und Gewinne kontinuierlich ausgeschüttet werden, fehlt nicht nur das Geld für neue Entwicklungen, sondern letztendlich auch das Polster für die schlechteren Jahre. Und diese kommen für jeden von uns irgendwann, egal wie vorausschauend man agiert und wie umsichtig man wirtschaftet. Für diese Zeit braucht man als Unternehmen Rücklagen aus den erfolgreicher Jahren, um kritischere Phasen zu überbrücken. Daher verfügt die Bowe Group nach wie vor über eine gute Konstitution und macht weiterhin Gewinne. Doch auch wir merken, dass das Geschäft nicht so positiv verläuft, wie in den Pandemie Jahren, in denen wir deutliche Gewinne verbuchen konnten. Dem entsprechend reagieren wir auf die derzeit veränderte Marktlage.

Mit Blick auf die Verfügbarkeit der Komponenten zeigt sich eine deutliche Verbesserung als noch vor einem dreiviertel Jahr. Viele Komponenten sind jedoch spürbar teurer geworden. Vor der Pandemie bestand meine Kritik gegenüber unserem Supplychain-Management darin, dass wir fast alles aus der Umgebung rund um Augsburg beziehen. Der Blick in Richtung Asien war für mich da-

mals sehr attraktiv. Diese Einschätzung hat sich allerdings aufgrund der politischen und weltwirtschaftlichen Entwicklungen bei mir grundlegend geändert. Der Umstand, dass wir alles aus der direkten Umgebung bezogen haben, hat uns erfolgreich durch die Pandemie gebracht. Daher bin ich der Meinung, die Wertschöpfung in Deutschland muss in Deutschland bleiben. Allerdings muss sie wesentlich effizienter gestaltet werden. Wir setzen daher intensiv auf das Thema Automatisierung und haben in den letzten Jahren große Investitionen in Produktionsmaschinen und den Workflow getätigt.

Natürlich müssen wir im Lohntarif mithalten und wollen selbstverständlich ein guter Arbeitgeber sein. Doch mittel- und langfristig wird mehr automatisiert und deshalb weniger Personal beschäftigt. Das ist die logische wirtschaftliche Konsequenz. Dafür setzen wir weiterhin auf den Produktionsstandort Deutschland, weil er vielfältige Vorteile hat. Um effizienter zu werden und wettbewerbsfähig zu bleiben, fahren wir im 3-Schicht-Betrieb, mittlerweile zwei davon ohne Mitarbeiter. Der nächste Schritt der Automatisierung besteht für uns in der Frage, wie wir die Logistik automatisieren und noch effizienter gestalten können. Daher haben wir in diesem Jahr in Solcon, ein Unternehmen, das elektronische Ortungssysteme herstellt, investiert. Diese Investition bietet eine interessante Perspektive für Bowe IQ, da wir mit der Lagerlogistik ganz neue Märkte adressieren können.

## Stefan Hunkeler

Präsident des Verwaltungsrates der Hunkeler AG



Für uns und unsere Kunden besteht eine der größten Herausforderungen im Moment darin, gut ausgebildetes Personal zu finden. Das Durchschnittsalter der Beschäftigten liegt in unserem Unternehmen derzeit bei 45 Jahren. Das bedeutet, dass langfristig einige unserer Mitarbeiter das Renteneintrittsalter erreichen und das Unternehmen verlassen werden. Für die ausscheidenden Mitarbeiter adäquaten Nachwuchs zu finden wird uns herausfordern. Auch für unsere Kunden ist dies eine der größten Herausforderungen. Daher stellt die Automatisierung ein wichtiges Thema dar und hat bei vielen Unternehmen inzwischen oberste Priorität. Denn durch den Fachkräftemangel besteht die alltägliche Herausforderung darin, mit möglichst wenig Leuten möglichst viele Aufträge bewältigt zu bekommen.

Darüber hinaus zeichnet sich die erwartete Veränderung des Druckmarkts ab. Immer mehr Unternehmen sind mit dem Umstieg aus dem klassischen Offsetbereich in den Digitaldruck beschäftigt. Die Aufgabe dabei liegt in der Anpassung der internen Prozesse und den dazu passenden Fachkräften.

Des Weiteren ist die Teileversorgung nach wie vor eine Herausforderung, weil wir einfach zu klein sind, um massiv Druck auf die jeweiligen Lieferanten auszuüben. Dies betrifft vor allem die Elektro- und Steuerungskomponenten, welche aus dem asiatischen Raum zugeliefert werden. Um dies zu kompensieren und für unsere Kunden abzufedern, haben wir selbstverständlich unsere Warenlager massiv aufgestockt. Wir sind gezwungen, bestimmte Komponenten vermehrt auf Lager zu halten, um zu gewährleisten, auch zuverlässig liefern zu können. Doch ein umfangreiches Warenlager bedeutet für uns auch ein deutlich höheres gebundenes Kapital.

Derzeit befindet sich alles spürbar im Umbruch und es gilt, diesem Wandel mit unternehmerischem Weitblick zu begegnen. Vor diesen Herausforderungen stehen auch alle anderen Marktbegleiter. Da wir wirtschaftlich solide aufgestellt sind und genügend Innovationskraft zeigen, haben wir gegenüber vielen Marktbegleitern einen wichtigen Vorteil, um diesen veränderten Begebenheiten erfolgreich zu begegnen.

Wir sind sehr gespannt, welche Impulse die drupa im nächsten Jahr dem

Markt bringen wird, und ob die Messe der Branche wie in früheren Zeiten einen großen Schub verleihen kann. Um ehrlich zu sein, hege ich diesbezüglich eher Zweifel, doch vielleicht kommt die Messe aber auch genau zum richtigen Zeitpunkt und sorgt wieder für eine deutlichere Marktbelebung. Ausreichend Neuheiten wird es in jedem Fall bei vielen Ausstellern geben; selbstverständlich wartet auch Hunkeler pünktlich mit beeindruckenden Innovationen zur Messe auf. Die Frage ist, wie es zu diesem Zeitpunkt um die Investitionsbereitschaft der Unternehmen bestellt ist – insbesondere mit Blick auf die aktuelle wirtschaftspolitische Gesamtlage.

## Rainer Rindfleisch

Marketingleiter der Kern Gruppe und DOXNET-Vorstand



Für die Kern Gruppe ist dieses Jahr von einem markanten Einschnitt geprägt. Die junge dritte Generation mit Caroline und Barbara Kern sowie Stefan Wüthrich als CEO der Kern Group hat sich für die Zukunft viel vorgenommen. Vorangetrieben werden soll insbesondere ein Kulturwandel innerhalb der gesamten Organisation. Unsere Kunden sind von dieser internen Umstrukturierung selbstverständlich nicht betroffen, und die Zahlen belegen, dass wir uns auf einem guten Weg befinden. Aktuell sind die Auftragsbücher gut gefüllt und insbesondere in Deutschland konnten wir noch nie zuvor einen so hohen Auftragseingang verzeichnen. Dies hat uns selbst überrascht, denn wir sind davon ausgegangen, dass der Markt stabil sei und sich die Nachfrage auf ein solides Niveau eingependelt hat. Doch wenn ich auf die zahlreichen Projekte bei Alt- und insbesondere bei Neukunden blicke, ist die Nachfrage nach unseren Systemen und Lösungen aktuell enorm. Gleichzeitig freut es mich natürlich, dass wir auch einige neue Kunden gewinnen konnten, denn dies belegt die Qua-

lität und Zuverlässigkeit unserer Maschinen.

Die gesteigerte Nachfrage hat jedoch auch eine Kehrseite, denn derzeit bekommen wir die geordneten Maschinen nicht so schnell gefertigt, wie wir dies eigentlich könnten. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass einige unserer Lieferanten immer noch verlängerte Wartezeiten für ihre Komponenten veranschlagen.

Der generelle Trend im Transaktions- und Mailingsektor geht jedoch dahin, dass überall immer weniger Kunden vorhanden sind. Daher bin ich auch besonders stolz darauf, dass es uns bei DOXNET gelungen ist, wieder einen Zuwachs der Mitglieder zu verzeichnen, obwohl der Markt nicht weiter wächst. Doch mit 741 Mitgliedern, verteilt auf 197 Unternehmen, ist sicherlich kaum noch ein weiteres Wachstum zu erwarten. Dafür gibt es einfach zu wenige Player, die in diesem Segment aktiv sind. Durch die zunehmende Marktkonzentration gehe ich vielmehr davon aus, dass sich dieser Bereich noch weiter verkleinern wird. Dennoch ist es DOXNET gelungen, in dieser herausfordernden Zeit, das Niveau zu erhöhen, und wir wollen dies auf diesem hohem Level halten – stets jedoch unter der Prämisse Qualität vor Quantität. Die Corona-Phase hat noch einmal sehr eindrucksvoll und nachdrücklich gezeigt, dass Mailings unter den vorherrschenden Voraussetzungen durch nichts anderes zu ersetzen waren. Grund genug für einen Auftrieb in diesem Marktsegment. Darin liegt meiner Ansicht nach auch der Grund, dass wir in diesem Jahr so viele Anmeldungen wie noch nie zuvor vermelden konnten und 2023 so viel Standfläche wie noch nie gebucht worden ist. Wir haben nun sicherlich das Maximum erreicht. Vielleicht gibt es noch ein wenig Potenzial in der Schweiz und in Österreich, aber nicht mehr in Deutschland. Wir werden sehen, wie sich der Verband künftig mit neuen Themen weiterentwickelt, denn dies ist schließlich auch das Wesentliche. Natürlich fokussieren wir uns primär auf die Themen Daten und Druck. Doch die Bereiche Archivierung und Software – quasi die Bereiche vor und nach dem Druck – sind Felder, die wir bis dato kaum oder noch gar nicht abgedeckt haben und noch viele spannende Möglichkeiten bereit halten.

## Wolfgang Gans

**National Director Commercial and Industrial Printing Group, Ricoh**



Wir agieren im Transaktionsdruck in einem Markt, der von Outsourcingüberlegungen und Konsolidierungen geprägt ist. Die Großen werden immer größer, und dieses Klientel ist es primär, das sich für die Installation einer oder mehrerer Linien im digitalen Rollenbereich entscheidet. Der Vorteil besteht in der größeren Medienvielfalt, die die digitalen Produktionsdrucker abdecken. Dieser Aspekt wird beim B2-Format noch mehr an Bedeutung gewinnen, da man hier diese Medienvielfalt ohne permanente Rollenwechsel vornehmen zu müssen, optimal nutzen kann, indem man Papier- bzw. Palettenanleger die gewünschten Materialien durchlaufen lässt, um eine höhere Bandbreite an Substraten offerieren zu können.

Die größeren Unternehmen betreiben in der Regel mehrere Linien parallel und fahren dann klassisch Rolle-zu-Rolle mit separatem Finishing. Anders sieht dies bei Anwendern aus, die nur eine einzige Linie mit einer speziellen Applikation, beispielsweise einer Broschüre, fahren. Diese werden entsprechend auf die Inline-Fertigung setzen. Sobald jedoch eine weitere Linie hinzukommt, ändert sich die Arbeitsweise und es kann ein höherer Automatisierungsgrad erreicht werden. Dies gilt es jedoch individuell und abhängig von der jeweiligen Kundengröße zu entscheiden. Zumal die kleineren Unternehmen weiterhin verstärkt auf den tonerbasierten Bogen-Digitaldruck setzen.

Aktuell arbeiten wir an einer neuen Generation, um den Glosswert einzustellen. Zuvor konnte der Anwender nur zwischen matt oder glänzend variieren. Bei der neuen Generation lässt sich dies individuell anpassen, und der Anwender kann nach Wunsch im laufenden Betrieb feinjustieren. Ansonsten wird sich die Tonertechnologie nicht mehr groß verändern. Man hat die passende Geschwindigkeit

und Qualität, und dies wird sicherlich noch einige Jahre weiterhin gut funktionieren, bis dann auch in diesem Marktsegment tintenbasierte Systeme mit einer grafischen Qualität denkbar sind.

## Michael Frings

**RISO Business Development Manager**



Wir sind sehr zufrieden und freuen uns über die rege Nachfrage nach unseren Systemen, insbesondere nach unserem Flaggschiff, der Valezus T2200. Es bedeutet, dass wir den passenden Markt für dieses System gefunden haben. Bei den Riso-Druckern handelt es sich stets um Nischenprodukte. Dies wird auch immer so bleiben, doch wenn wir die Nische treffen und den perfekten Stellplatz finden, an dem das System seine spezifischen Stärken ausspielen kann, sind wir quasi konkurrenzlos. Die Herausforderung besteht für uns darin, die passende Nische zu finden, doch mittlerweile identifizieren wir sehr viele Einsatzfelder.

Der Valezus steht derzeit besonders im Fokus, und wir akquirieren aktuell auch Kunden über die deutsche Grenze hinaus, beispielsweise in der Schweiz. Diesen Markt werden wir ebenfalls erschließen und erleben aktuell, dass dort eine sehr große Nachfrage besteht. Im Direktsegment decken wir einen großen Bereich mit der ComColor GL-Serie ab, doch alle Belange der großen Hausdruckereien oder Volumens, die Millionen von Klicks umfassen, sind natürlich für den hochproduktiven Valezus geschaffen.

Im August haben wir zudem ein neues Produkt auf den Markt gebracht. Hierbei handelt es sich um eine großvolumige und kompakte 2-in-1-Lösung zum Drucken und Kuvertieren. Mit dem Onlinekuvertiersystem ExpeJet, das in Zusammenarbeit mit Pitneybowes entstanden ist, sind wir beispielsweise mit dem ComColor GL

in der Lage, die Aufträge des Kunden zu drucken und mittels Steuermarken der ExpeJet zu übermitteln, wieviele Bogen sie an welcher Stelle zuführen muss. Das System sorgt für einen hochproduktiven Druck von Farbdokumenten und ein effizientes Kuvertieren mit einem Durchsatz von bis zu 10.000 Umschlägen pro Stunde. Die Maschine lässt sich direkt zweifach bestreuen und der Anwender kann flexibel entscheiden, ob er beispielsweise die Formate C6/5 (DIN lang) und C4, oder C5 und C4 oder nur C6/5 oder C5 bestücken möchte.

Ogleich zu unseren Kunden primär große Unternehmen wie Norma, die Bundeswehr, Paragon oder Atrovia zählen, nehmen die steigenden Zinsen auch auf unser Geschäft spürbaren Einfluss. Für uns ergab sich daraus die Schwierigkeit, dass durch die Vorlaufzeit, die eine solche Investition in unserem Segment mit sich bringt, zwischen Angebot und finaler Investitionsentscheidung des Kunden durchaus ein Dreivierteljahr vergeht. Dadurch haben sich natürlich die Leasingfaktoren nach oben verschoben und müssen neu berechnet werden. Um dieses Finanzierungsgeschäft besser handhaben zu können, haben wir erst vor kurzem unsere Leasingbank gewechselt und haben jetzt eine gute und faire Lösung für alle Beteiligten gefunden.

Ein weiterer Aspekt, der sich in den letzten Jahren geändert hat, ist, dass man nicht länger mit dem Projektverantwortlichen über eine anstehende Investitionsentscheidung spricht, sondern immer häufiger mit dem Umweltbeauftragten als Investitionsentscheider im Gespräch ist. Doch das stellt mit unseren Systemen keine Hürde dar.

Trotz aller wirtschaftspolitischen Faktoren, die derzeit überall Einfluss nehmen, mache ich mir um unsere Produkte keinerlei Sorgen. Wir bedienen eine Nische, und diese Nische ist immer da und kann nur von uns bedient werden. Und für unsere Nische ist die DOXNET die perfekte Plattform. Was wir in den letzten zwei Jahren hier von Gesprächen in verkaufte Maschinen umsetzen konnten, ist unglaublich. Hier vor Ort sind einfach die richtigen Gesprächspartner mit dem erforderlichen Maß an Zeit und Expertise.