

0581
0000

150 Jahre Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft

Vom Schnellpressenbauer
zum weltweit führenden Lösungsanbieter für die
gesamte Druck- und Verlagsindustrie

HEIDELBERG



Mit kontinuierlicher Weiterentwicklung von Produkten und Produktionsmethoden ist Heidelberg als weltweit führender Lösungsanbieter für die gesamte Druck- und Verlagsindustrie jung und dynamisch geblieben. Wiesloch ist Standort der größten und modernsten Fertigungsstätte der Welt für Druckmaschinen.

1850 – 1925

Von der Unternehmensgründung bis zum Ende der Wirtschaftskrise 10

- Der Unternehmer und Glockengießer Albert Hamm
- Die ersten Schnellpressen
- Der Umzug von Frankenthal nach Heidelberg
- Der Erste Weltkrieg
- Die Übernahme durch Richard Kahn
- Inflation und Wirtschaftskrise
- *Bilder der Zeit: die 20er Jahre*

1926 – 1945

Vom Beginn der Ära Sternberg bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs 34

- Der Siegeszug des Heidelberger Tiegels
- Hubert H. A. Sternberg – ein Leben für Heidelberg
- Die „Heidelberger Nachrichten“
- Weltwirtschaftskrise und die Zeit des Nationalsozialismus
- Das Stock-Motorrad
- Vorstandsmitglied Oskar Leroi
- Der Zweite Weltkrieg

1946 – 1972

Vom Kriegsende bis zum Ende der Ära Sternberg 50

- Der Neubeginn unter amerikanischer Besatzung
- Das 100-jährige Bestehen
- Die erste Drupa
- Das Werk Wiesloch
- *Bilder der Zeit: die 60er Jahre*
- Erweitertes Maschinenprogramm
- Chefkonstrukteur Artur Büttner
- Die erste Offsetdruckmaschine KOR

1973 – 1995

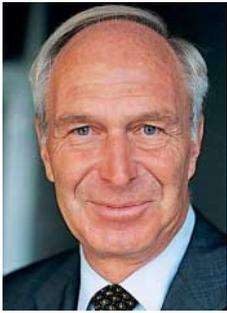
Die Zeit des Kollegialvorstands und die erste Großakquisition 70

- Das neu formierte Vorstandsgremium
- Die Speedmaster
- CPC – Computer Print Control
- Die erste GTO
- Entwicklungsvorstand Willi Jeschke
- Engagierte Mitarbeiter
- Produktionsvorstand Joachim Pöppel
- Das neue Werk Amstetten
- Vertriebsvorstand Dr. Wolfgang Zimmermann
- Die neue Hauptverwaltung
- Die Übernahmen von Harris Graphics
- Das neue Forschungs- und Entwicklungszentrum
- Vorstandsvorsitzender Dr. Hilmar Dosch

1996 – 2000

Der Weg zum Lösungsanbieter 82

- Die neue Strategie
- Produktmarketingvorstand Horst Schlayer
- Schritte zum Lösungsanbieter
- Vorstandsvorsitzender Hartmut Mehdorn
- Aufbau des Digitaldrucks
- Gang an die Börse
- Print Media Academy
- Berufsausbildung
- Vorstandsvorsitzender Bernhard Schreier
- *Bilder der Zeit: die 90er Jahre*
- Unternehmensgeschichte Harris Graphics
- Unternehmensgeschichte Linotype-Hell
- Unternehmensgeschichte Sheridan Systems
- Unternehmensgeschichte Stahl
- Fakten und Zahlen
- Vorstände
- Die Heidelberger Druckmaschinen AG im Zeitraffer
- Impressum



**Dr. Dietmar Kuhnt,
Vorsitzender
des Aufsichtsrats
der Heidelberger
Druckmaschinen AG**

Das Jahr 1440 gilt als das Geburtsjahr des Buchdrucks, erfunden von einem Johannes Gensfleisch zur Laden, der sich später Gutenberg nannte. Die Erfindung des Drucks mit beweglichen Lettern, nach den Worten des französischen Schriftstellers Victor Hugo „das größte Ereignis der Weltgeschichte“, erlaubte es, in bis dahin unbekannter Form Wissen zu vervielfältigen und breiteren Bevölkerungsschichten zugänglich zu machen. Die Wurzeln unserer heutigen „Informations- und Wissensgesellschaft“ wurden also vor rund 600 Jahren gelegt.

Auch mit dem Vordringen neuer elektronischer Medien wird das gedruckte Wort seine überragende Bedeutung nicht verlieren. Denn die neuen Medien ergänzen die bestehenden Medien, sie ersetzen sie nicht. Deshalb können die „Heidelberger“ nicht nur mit Stolz auf ihren Beitrag in den vergangenen 150 Jahren ihrer Firmengeschichte zurückblicken, sondern auch mit begründetem Optimismus in die Zukunft gehen. Durch gezielte Akquisitionen, eine Neuordnung der Geschäftsfelder und Produktinnovationen hat sich Heidelberg in den vergangenen Jahren mit seinen nunmehr 24 000 Mitarbeitern bestens für die Herausforderungen von morgen positioniert. In mehr als 170 Ländern vertreiben und beraten über 250 Marktgesellschaften Heidelberg-Produkte und -Dienstleistungen.

Einer der Erfolgsfaktoren von Heidelberg ist die Fähigkeit zu beständiger Innovation – und dies seit über 150 Jahren. Mehr als 2400 Mitarbeiter sind mit Forschungs- und Entwicklungsaufgaben betraut. Die hieraus resultierenden Ergebnisse verschaffen Heidelberg einzigartige Wettbewerbsvorteile. Zudem hält Heidelberg mit 6 500 Patenten eine Spitzenposition unter den Maschinenbauunternehmen weltweit.

Aber Heidelberg kann weit mehr: Das Unternehmen hat sich zu einem Anbieter integrierter Lösungen in den Bereichen Druck und Kommunikation gewandelt. Heidelberg bietet dem Kunden einen durchgängigen Produktionsprozess aus einer Hand – von der Druckvorstufe über den eigentlichen Druck bis zur Weiterverarbeitung – und vor allem erstklassigen Service.

Neue wichtige Vorhaben sind der verstärkte Einstieg in die Fertigung von Zeitungsrotationen ebenso wie der Ausbau von „Heidelberg Digital“, etwa über die Entwicklung einer digitalen Farbdruckmaschine für den unteren Auflagenbereich. Dass Heidelberg bei alledem das traditionelle Kerngeschäft nicht vergisst, versteht sich von selbst: Durch die kontinuierliche weitere Verbesserung der Offsetdruckmaschinen wird sichergestellt, dass die Kunden von Heidelberg in ihren Märkten auch weiterhin ihren Wettbewerbsvorsprung behalten können.

Die Drucker dieser Welt wissen, dass sie in Heidelberg einen verlässlichen und wettbewerbsstarken Partner haben. Das Unternehmen liefert nicht nur exzellente Lösungen für die gesamte grafische Industrie. Mitgeliefert werden auch die Vorzüge eines Markenartikels, der Service, die Finanzierung und die Managementberatung. Der Kunde kauft Know-how und Image der Heidelberger Druckmaschinen AG. Dieses Unternehmen wird weiter ein führender Mitspieler sein in einer multimedialen Welt – genauso wie Gutenbergs bewegliche Lettern in der Geschichte ihren festen Platz behalten werden. Auf diesem Weg wünsche ich allen „Heidelbergern“ weiterhin großen Erfolg.

Dr. Dietmar Kuhnt



**Bernhard Schreier,
Vorsitzender des
Vorstands der
Heidelberger Druck-
maschinen AG**

Die Heidelberger Druckmaschinen AG feiert Jubiläum. Wir blicken zurück auf eine 150-jährige Tradition. Von der Frankenthaler Glockengießerei unseres Gründers, Andreas Hamm, entwickelte sich unser Unternehmen zum Weltmarktführer und Lösungsanbieter für die gesamte grafische Industrie. Der Erfolg begann mit dem Tiegel zu Beginn des vergangenen Jahrhunderts. Seitdem hat sich die „success story“ Heidelbergs kontinuierlich bis zur neuesten digitalen Druckmaschine fortgesetzt. Eine Story, die sich um drei Kernfragen rankt: Wie verändern sich unsere Kunden? Was benötigen unsere Kunden für ihren zukünftigen Erfolg? Und: Wie können wir unsere Kunden am besten unterstützen?

Bis in die neunziger Jahre waren die Bereiche Druckvorstufe, Druck und Weiterverarbeitung weitgehend voneinander getrennt. Mit dem Vormarsch der elektronischen Medien hat sich diese Struktur grundlegend verändert. Die Auftraggeber für Drucksachen verlangen heute mehr Flexibilität und deutlich schnellere Reaktionszeiten – von allen Beteiligten der grafischen Industrie. Daraus entstand die Notwendigkeit, die Teilschritte im Druckprozess optimal miteinander zu verknüpfen. Als weltweit tätiger, leistungsstarker und innovativer Partner der grafischen Industrie vereint das moderne Heidelberg maßgeschneiderte Lösungen für Prepress, Press und Postpress unter einem Dach: von Scannern zur Erfassung von Bildern und Texten sowie Belichtern für Filme bzw. Druckplatten über die Druckmaschinen selbst bis hin zu Schneide-, Falz- und Bindemaschinen für das bedruckte Papier.

Künftig wird Heidelberg noch stärker im Digital- und Zeitungsdruck vertreten sein. Der Digitaldruck ermöglicht einen schnellen und qualitativ hochwertigen Druck bei niedrigen Auflagenhöhen. Diesen Markt haben wir erfolgreich mit Heidelberg Digital in Angriff genommen.

Zwar werden immer mehr Informationen auf elektronischem Wege verbreitet, doch haben Printmedien nach wie vor viel versprechende Perspektiven. Das Internet selbst bringt eine Flut neuer Printprodukte hervor. „Echtes“ Papier behält seinen Wert, Zeitung hat Zukunft. Denn die Zeitung wird nicht nur als das glaubwürdigste Informationsmedium geschätzt, sie ist vom Nutzer auch immer noch am einfachsten zu „bedienen“ – und zwar überall auf der Welt. Wir sind davon überzeugt: „Neue“ und „alte“ Medien werden sich optimal ergänzen und nicht gegenseitig verdrängen.

Um im Markt erfolgreich bestehen zu können, benötigen Kunden zuverlässige Produkte und – im Falle eines Falles – einen hervorragenden Service. Hier ist Heidelberg mit seinem weltweiten Servicenetz seit langem ein geschätzter Partner. Zusätzlich zu unserem bewährten Training steht Kunden und Mitarbeitern nun die Print Media Academy in Heidelberg zur Verfügung. Sie dient der gesamten grafischen Industrie als weltweit einmaliges Kommunikations- und Wissenszentrum.

Alle Heidelberger sind stolz auf die Leistungen, die unser Unternehmen in den vergangenen 150 Jahren erbracht hat. Motivierte Mitarbeiter, loyale Kunden, zuverlässige Lieferanten und kritische Aktionäre waren und sind das Fundament unseres Erfolgs. Diese Tradition ist für uns Verpflichtung: Dank unseres ungebrochenen Pioniergeistes werden wir auch im neuen Jahrtausend Maßstäbe setzen.

Bernhard Schreier



Vom Glockenguss zur Druckmaschine

Die Biedermeierzeit mit ihrer gemächlichen, ruhigen Lebensform war gerade zu Ende, die industrielle Revolution mit ihren tief greifenden Umwälzungen hatte nun auch Deutschland erfasst. Das war damals – vor 150 Jahren – die Zeit der Unternehmensgründer, in die auch die Anfänge der Heidelberger Druckmaschinen AG zurückreichen.

Am 11. März 1850 schlossen sich der am 9. September 1824 in Wittersheim bei Zweibrücken geborene Pfälzer Andreas Hamm und drei Kompagnons zum Betrieb der Maschinenfabrik und Glocken-

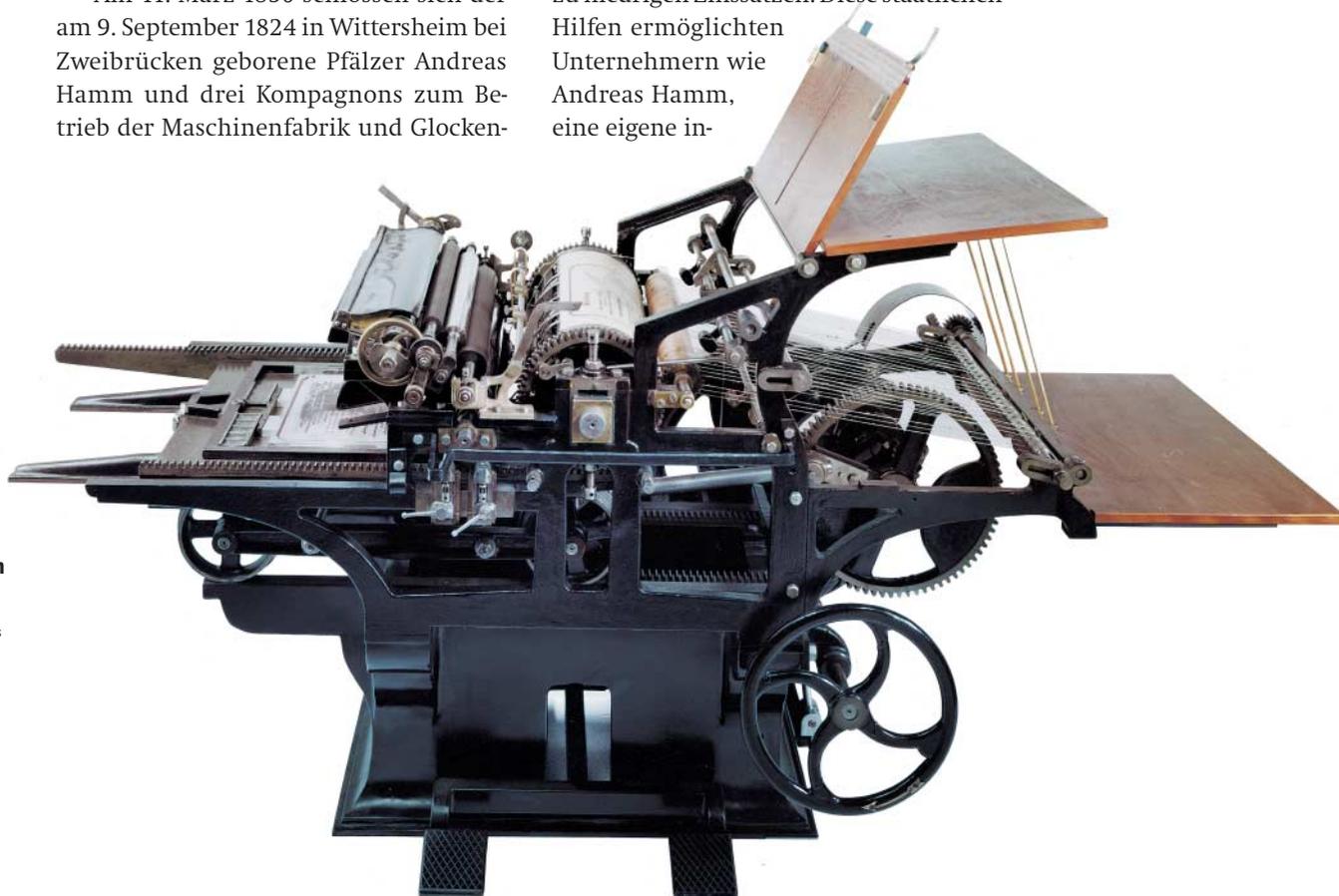
gießerei Hemmer, Hamm & Co. in Frankenthal zusammen. Die von seinem Bruder Georg gegründete Firma bestand schon seit 1844; durch die Wirren der Revolution von 1848/49 war sie in finanzielle Schwierigkeiten geraten.

Doch die Industrialisierung fasste auch im Südwesten Deutschlands wieder Tritt. Dabei halfen in Bayern, zu dem die Pfalz damals gehörte, staatliche „Industrie-Unterstützungsfonds“ mit Anleihen zu niedrigen Zinssätzen. Diese staatlichen Hilfen ermöglichten Unternehmern wie Andreas Hamm, eine eigene in-



Andreas Hamm trat 1849 in die Maschinenfabrik Hamm und Compagnie ein, die am 11. März 1850 mit der Aufnahme eines weiteren Gesellschafters in Hemmer, Hamm und Compagnie umbenannt wurde. Dieser Tag gilt als Geburtsstunde der heutigen Heidelberger Druckmaschinen AG.

Der Glockengießer Andreas Hamm stellte in seiner Frankenthaler Fertigungsstätte neben Glocken auch Druckmaschinen her. Ab 1885 bot er mit der „Pro Patria“ eine sehr kompakte Schnellpresse für nur 1.350 Mark an. Bis 1892 verkaufte Hamm von dieser in fünf Formaten gebauten Maschine über 500 Stück.

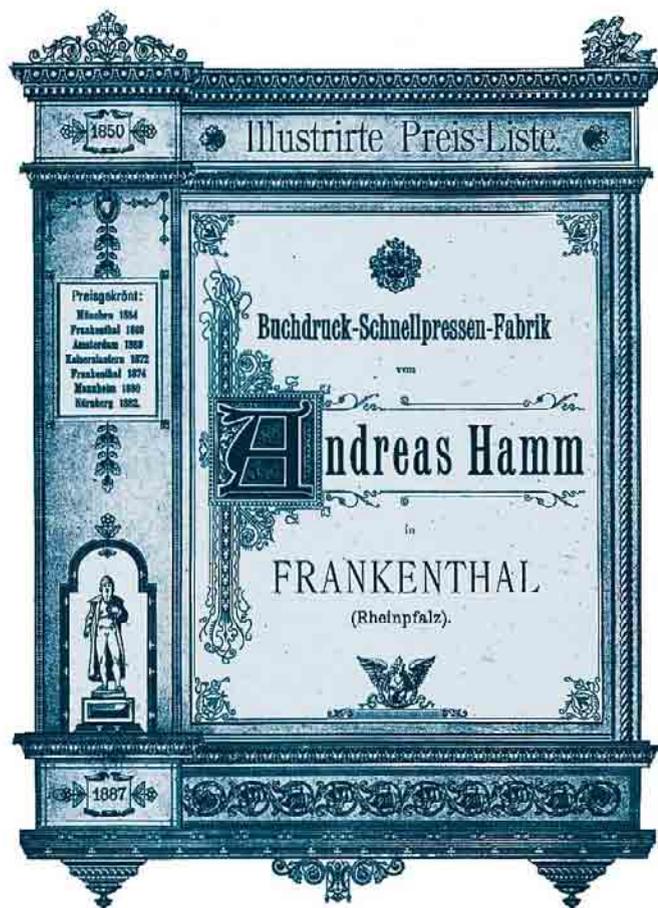


dustrielle Fabrikation aufzubauen. Der Sohn eines Müllers hatte das Glockengießer-Handwerk erlernt. Er war darüber hinaus ein ideenreicher, vielseitiger Mechaniker, der das junge Unternehmen mit bemerkenswerter Tatkraft voranbrachte und ausbaute. Andreas Hamm verkörperte den Beginn einer unternehmerischen Entwicklung, die von seiner Teilhaberschaft in der Firma Hemmer, Hamm & Co. nahtlos zur Heidelberger Druckmaschinen AG unserer Tage führte.

Andreas Hamm auf eigenen Wegen

Nach Differenzen mit seinen Partnern zog sich Hamm 1851 aus dem Unternehmen zurück und gründete seine eigene Firma, die Glockengießerei Andreas Hamm mit angeschlossener mechanischer Fertigung. Mit staatlicher Unterstützung erweiterte er bald seinen Betrieb in Frankenthal und stellte neben Glocken auch Guss- und Schmiedeteile, Mühlenwerke und Dampfmaschinen her.

So präsentierte Andreas Hamm 1887 seine Preisliste. In hartem Wettbewerb mit dem früheren Partner Albert war Hamm vor allem mit seinen Zylinderdruck-Tretmaschinen erfolgreich.



Während ihrer Zusammenarbeit zwischen 1861 und 1873 stellten Andreas Hamm und Andreas Albert in ihrer Fabrikationsstätte in Frankenthal neben Schnellpressen auch diese Kniehebelpresse her.

Wenige Jahre später schloss sich der Druckmaschinen-Konstrukteur Andreas Albert mit Hamm zusammen. Nach zweijähriger loser Zusammenarbeit vereinbarten Hamm und Albert am 18. August 1861 eine förmliche Kooperation, die sie am 1. April 1863 mit einem Zehn-Jahres-Vertrag untermauerten. Geschäftszweck ihrer „Maschinenfabrik Albert & Hamm“ war die „Fabrikation von Schnellpressen und sonstigen in Buchdruckereien verwendbaren Maschinen“.

Albert hatte schon als Lehrling in der Druckmaschinenfabrik Koenig & Bauer in Oberzell am Main den Bau von Buchdruckmaschinen erlernt. Er arbeitete sich zum Werkmeister empor, bevor er 1845 zur Maschinenfabrik Augsburg wechselte. 14 Jahre später schied er dort als Betriebsführer aus, um selbst Schnellpressen zu bauen.

Nach kurzen Anlaufschwierigkeiten florierte das Geschäft der Maschinenfabrik Albert & Hamm. In der Fachpresse war zu lesen, dass innerhalb von zweieinhalb Jahren 44 Schnellpressen verkauft worden waren. Auch die „Frankenthaler Zeitung“ berichtete am 7. Juni 1864: „Auffallend schnell hat dieses Geschäft sich einen sehr ausgebreiteten Ruf erworben, der sich schon weit über Deutschland hinaus erstreckt hat. So

gehen in nächster Zeit Maschinen nach Odessa am Schwarzen Meer und nach Cherson in den Pontischen Steppen.“

Zum Erfolg trugen bald auch kleine Akzidenz-Handpressen bei, die sich vor allem für den Druck von „Circularen, Avis-Briefen, Wechseln, Rechnungen, allen Arten von Karten, Wein- und Speisekarten ... eignen“.

Im Jahr 1868 gab es Anlass zum Feiern: Die Firma bejubelte die Fertigstellung der 100. Schnellpresse. Sie war für den Verleger Philipp Reclam in Leipzig bestimmt, der schon fünf Maschinen aus Frankenthal bezogen hatte. Auf der Maschine wurde ein Gedicht gedruckt, dessen fünfte Strophe die Arbeitsteilung zwischen Albert und Hamm romantisiert:

*Mit des Kenners scharf geübtem Blicke
Steht Herr Albert dem Geschäfte vor,*

*Und Herr Hamm neigt zu der beiden Glücke
Seinen Wünschen stets ein offenes Ohr.*

*Mögen beide in vereintem Streben
Noch recht lange froh und glücklich leben!*

Doch der Schein der Harmonie trog. Nur wenige Jahre nach diesen Reimen beendeten die beiden Partner ihre Geschäftsbeziehung. Albert und Hamm wurden Erzrivalen.

Der Guss der „Kaiserglocke“

Nach Ablauf des Zehn-Jahres-Vertrags aus dem Jahr 1863 stieg Albert 1873 aus der Firma aus, um mit dem neuen Partner Wilhelm Molitor die „Schnellpressenfabrik Frankenthal Albert & Cie.“ zu gründen. Ein Grund für die Trennung war wohl Hamms Absicht, die riesige, 27 Tonnen schwere „Kaiserglocke“ für den Kölner Dom zu gießen. Denn trotz der Erfolge im Druckmaschinenbau hatte Hamm die Glockengießerei weiter betrieben.

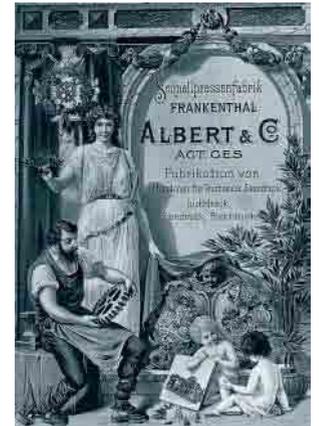
Der prestigeträchtige Auftrag von Kaiser Wilhelm I. bot eine große Chance, sich als Glockengießer einen Namen zu machen, war aber zugleich mit einem erheblichen finanziellen Risiko verbunden, das die Existenz der Firma hätte

gefährden können. Und in der Tat missglückte der Guss der schwersten Glocke Europas zunächst zweimal, bevor Hamm es im dritten Anlauf im Oktober 1874 schaffte, einen einwandfreien bronzenen Glockenkörper herzustellen.

Während sich Hamm auf die Glocke für den Kölner Dom konzentrierte, baute sein Unternehmen weiterhin Schnellpressen. Das führte zu einem erbitterten Konkurrenzkampf mit dem ehemaligen Partner Albert. Über mehrere Jahre hinweg überhäuften sich die Rivalen in der Fachpresse mit gegenseitigen Anschuldigungen – bis hin zur Verunglimpfung. Um den alten Stamm von Kunden an sich zu binden und neue zu gewinnen, gab Albert eine Reihe von Anzeigen im „Journal für Buchdruckerkunst“ auf, in denen er Andreas Hamm Inkompetenz vorwarf. Darunter auch diese Annonce von 1873:

„Durch ein Circular des Herrn A. Hamm in der Nr. 23 des Journals ... könnten die Herren Buchdruckereibesitzer zu dem Glauben veranlaßt werden, Herr Hamm sei schon längst Schnellpressenfabrikant gewesen und der Unterzeichnete seinerzeit bei demselben bloß als Associé ein- und ... ausgetreten ... Diese unrichtige Darstellung veranlaßt mich zur Constatierung des wahren Sachverhalts: Herr Hamm hat vor der Association mit dem Unterzeichneten noch nicht einmal eine Schnellpresse gesehen, geschweige denn eine solche gebaut.“

Allen Angriffen zum Trotz gelang es Hamm, eine konkurrenzfähige Produktpalette von Schnellpressen aufzubauen und sich mit seinen Maschinen am Markt zu etablieren. Vor allem seine Zylinderdruck-Tretmaschinen, die 1875 auf den Markt kamen und für kleinere Druckereien ohne Antriebsaggregat konzipiert waren, trafen auf große Resonanz bei Kunden und Fachpresse. Sie wurden systematisch weiterentwickelt. Im Jahr 1885 kam das kompakte Modell „Pro Patria“ mit einer Satzgröße von 320 x 410 mm hinzu, das schnell viele Abnehmer fand. Die „Pro Patria“ wurde bald in fünf Formaten angeboten und war auch für motorischen



Andreas Albert, mehr als zehn Jahre Partner von Andreas Hamm, gründete 1873 ein eigenes Unternehmen zum Bau von Schnellpressen. Damit wurde er zum erbitterten Konkurrenten des langjährigen Geschäftsfreundes.



Gedruckt auf unserer Chromotypie-
maschine · Schnellpressen-Fabrik
H. Hamm Akt.-Ges., Heidelberg

Nachdem Carl Hamm die Schnellpressenfabrikation seines väterlichen Unternehmens an Wilhelm Müller und Wilhelm Molitor verkauft hatte und die Produktion nach Heidelberg verlegt worden war, stellte das Unternehmen unter anderem eine Chromotypie-Schnellpresse „für feinsten Illustrationsdruck, Autotypiedruck, Drei- und Vierfarbendruck“ her.

Antrieb geeignet. Bis 1892 wurden über 500 Stück verkauft.

Das kontinuierlich erweiterte Produktionsprogramm umfasste zu dieser Zeit sechs verschiedene Druckmaschinentypen – von Buchdruckschnellpressen mit Kreisbewegung, einem Druckzylinder sowie doppeltem Zylinderfarbwerk und einer Leistung von bis zu 1 600 Drucken pro Stunde über doppelte Buchdruckschnellpressen mit Leistungen von 2 400 bis 3 500 Drucken pro Stunde bis zu schweren Zweifarben-Schnellpressen mit kombinierter Kreis- und Eisenbahnbewegung. Außerdem bot Hamm Druckerei-Hilfsmaschinen und Werkzeuge für Druckereibetriebe an.

Um 1890 bediente seine Firma rund 400 Kunden in Deutschland und Europa. Sogar nach Indien und Ägypten verkaufte das Unternehmen seine Maschinen.

Die Hamm'sche Maschinen- und Schnellpressenfabrik beschäftigte 1892 rund 160 Arbeiter; fast 100 Werkzeugmaschinen und zwei Dampfmaschinen waren im Einsatz.

Umzug nach Heidelberg

Am 22. Juni 1894 starb Andreas Hamm im Alter von 70 Jahren, sein Sohn Carl wollte das Unternehmen nicht im gleichen Umfang fortführen.

Deshalb verkaufte Carl Hamm am 19. August 1895 die Schnellpressenfabrikation und die Firma „A. Hamm OHG“ für 220 000 Mark an den Heidelberger Fabrikanten Wilhelm Müller. Nur die Glockengießerei blieb im Familienbesitz und führte ihren Betrieb bis 1960 fort.

Müller war Kompagnon von Wilhelm Molitor, einst Partner von Andreas Albert

und Gründer der „Maschinenfabrik Heidelberg Molitor & Cie“. 1891 hatte Molitor für seine Fabrikanlagen vier Ackergrundstücke an der Eppelheimer Straße in Heidelberg erworben.

Schwerer Weg ins 20. Jahrhundert

Nachdem Wilhelm Müller die Firma A. Hamm gekauft hatte, liquidierten die Partner Molitor und Müller am 22. Mai 1896 die Maschinenfabrik Molitor & Cie. Am gleichen Tag wurde die „A. Hamm OHG, Schnellpressenfabrik und Eisengießerei“ in das Heidelberger Handelsregister eingetragen. Teilhaber waren Wilhelm Müller und Karl Geiger, der vorher Prokurist bei Molitor & Cie. war. Von der Maschinenfabrik Molitor übernahmen sie die Immobilien in der Eppelheimer Straße mit einer zweistöckigen Maschinenhalle, einer Gießerei, einem Wohnhaus, weiteren Produktionsanlagen und mehreren Nebengebäuden.

Damit wurde Heidelberg Hauptsitz der Schnellpressenfabrik A. Hamm. Die Fabrikation in Frankenthal blieb noch für einige Jahre bestehen. In beiden Betrieben arbeiteten 1896 rund 300 Personen. Als der Heidelberger Betrieb zwei Jahre später um das benachbarte Grundstück erweitert wurde, waren die Tage des Standorts Frankenthal gezählt. Bis Ende 1900 wurden alle Maschinen nach Heidelberg gebracht.



Im Jahr 1899 wandelten Müller und Geiger die Firma, die dringend Kapital brauchte, in die „Schnellpressenfabrik A. Hamm Act.-Ges. Heidelberg“ um. Das Grundkapital betrug eine Million Mark. Erste Vorstandsmitglieder der Aktiengesellschaft wurden die Hauptaktionäre Müller und Geiger. Trotz des frischen Kapitals startete die junge Aktiengesellschaft mit ernsthaften wirtschaftlichen Problemen ins neue Jahrhundert. Die Produktionskosten waren hoch, der Wettbewerb bot günstige Preise und lange Zahlungsziele, die Verantwortlichen in der Geschäftsleitung wechselten häufig.

Obwohl die beiden Vorstände die Produktion mit neuen Werkzeugmaschinen

Im Jahr 1899 wandelten die Inhaber der A. Hamm OHG das Unternehmen in eine Aktiengesellschaft um.

Auf dem Gelände der „Maschinenfabrik Heidelberg Molitor & Cie.“ zwischen Eppelheimer Straße und der damaligen Bahntrasse (der heutigen Kurfürsten-Anlage, oben rechts an den Gebäuden entlang) fand die Schnellpressenfabrik und Eisengießerei A. Hamm OHG 1896 ihre neue Heimat.





Die Hauptstraße in Heidelberg kurz nach der Jahrhundertwende. 1906 und 1910 kam es bei der Schnellpressenfabrik zu Protestaktionen der Arbeiter, um höhere Löhne durchzusetzen. Die wirtschaftliche Lage des Unternehmens blieb angespannt. Mehrfach mussten die Banken rettend eingreifen.

rationalisierte, hielt der negative Trend an. Während im Jahr 1900 noch Aufträge für einen Zeitraum von vier bis fünf Monaten vorlagen, ging die Nachfrage ein Jahr später dramatisch zurück. Die Unternehmensleitung musste die Belegschaft von 400 auf 220 Mitarbeiter abbauen und die Löhne um zehn Prozent kürzen.

Die Krise zwang die Hauptversammlung am 27. Juli 1901, das Aktienkapital von einer Million auf 400 000 Mark zu reduzieren. Die bisherigen Mehrheitsaktionäre und Vorstandsmitglieder Wilhelm Müller und Karl Geiger schieden am 5. Dezember 1901 aus der Unternehmensführung aus. Und in einem zweiten Schnitt wurde das Kapital 1903 sogar im Verhältnis 20 : 1 auf nur noch 20 000 Mark zusammengelegt, um anschließend durch die Ausgabe von 580 neuen Aktien auf 600 000 Mark erhöht zu werden. Im Rahmen dieser Transaktion übernahmen

die Bankhäuser Rheinische Creditbank in Mannheim und die Bank für Handel und Industrie in Darmstadt die Kapitalmehrheit. Zusammen mit dem Bankhaus Wingenroth, Scherr & Co. hielten sie nun 99 Prozent der Aktien.

Den seit Anfang 1902 amtierenden Vorstand Max Thedy ersetzten die neuen Inhaber am 26. August 1903 durch den Alleinvorstand Julius Lutz. Im Jahr 1905 beschloss die Hauptversammlung, das Unternehmen in „Schnellpressenfabrik Aktiengesellschaft Heidelberg“ umzubenennen. Der Traditionsname „A. Hamm“ wurde gestrichen.

Die wirtschaftliche Lage blieb labil. Zwar stieg der Umsatz 1905 dank höherer Exporte um rund zehn Prozent. Ein Jahr später litt das Unternehmen jedoch schon wieder unter sinkenden Erträgen: Gestiegene Löhne, höhere Materialpreise und lange Zahlungsziele für die Kunden drückten auf die Rentabilität. In den folgenden Jahren setzte sich diese negative Entwicklung wegen steigender Kosten bei anhaltendem Überangebot und fallenden Verkaufspreisen fort. 1911 mussten die Banken auf Forderungen in Höhe von 900 000 Mark verzichten, um das Unternehmen zu erhalten; 1913 gewährten sie noch einmal einen Schuldenerlass von 280 000 Mark.

Während der finanziellen Notlage kam es auch zu starken Differenzen in der Unternehmensführung sowie zwischen Geschäftsleitung und Aufsichtsrat: Der im August 1910 zum zweiten Vorstand berufene Mathias Brandt legte schon neun Monate später sein Amt nieder. Direktor Julius Lutz weigerte sich 1910, die Bilanz zu unterschreiben, worauf ihm die Generalversammlung 1913 die Entlastung verweigerte. Zu seinem Nachfolger wurde Eugen Scheduling ernannt, der seit April 1912 zweites Vorstandsmitglied war.

Hauptursachen für die krisenhafte Situation der Schnellpressenfabrik in den ersten Jahren des 20sten Jahrhunderts waren unwirtschaftliche Produktion und veraltete Produkte. Die Ange-

botspalette umfasste rund 90 Typen und Varianten – von einer einfachen Tret-schnellpresse zum Preis von 2 400 Mark bis zur Chromotypie-Schnellpresse „für feinsten Illustrationsdruck, Autotypie-druck, Drei- und Vierfarbendruck“ zum Preis von 17 200 Mark. Die gängigsten Modelle waren in dieser Zeit die Akzidenz-Schnellpresse „Pro Patria“ und das etwas größere Modell „Excelsior“. Mit dieser Produktvielfalt war die noch weitgehend manuelle Fertigung überfordert. Der Werkmeister Martin Nieder, der von 1895 bis 1945 für das Unternehmen gearbeitet hatte, erinnerte sich: „Trotz der ewigen und kostspieligen Versuche wurden unsere Schnellpressen im alten Stil weitergebaut und nicht den Neuerungen der Konkurrenz angepasst.“

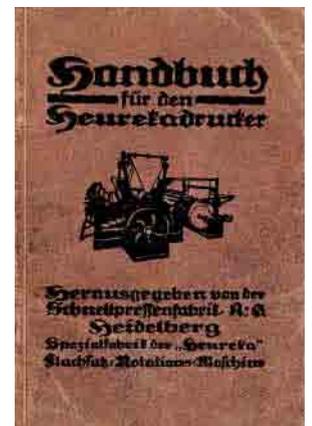
Flachsatz-Rotationsmaschine „Heureka“

Erst als die neu entwickelte Flachsatz-Rotationsmaschine „Heureka“ in das Angebot aufgenommen wurde, ging es langsam bergauf. An der Entwicklung

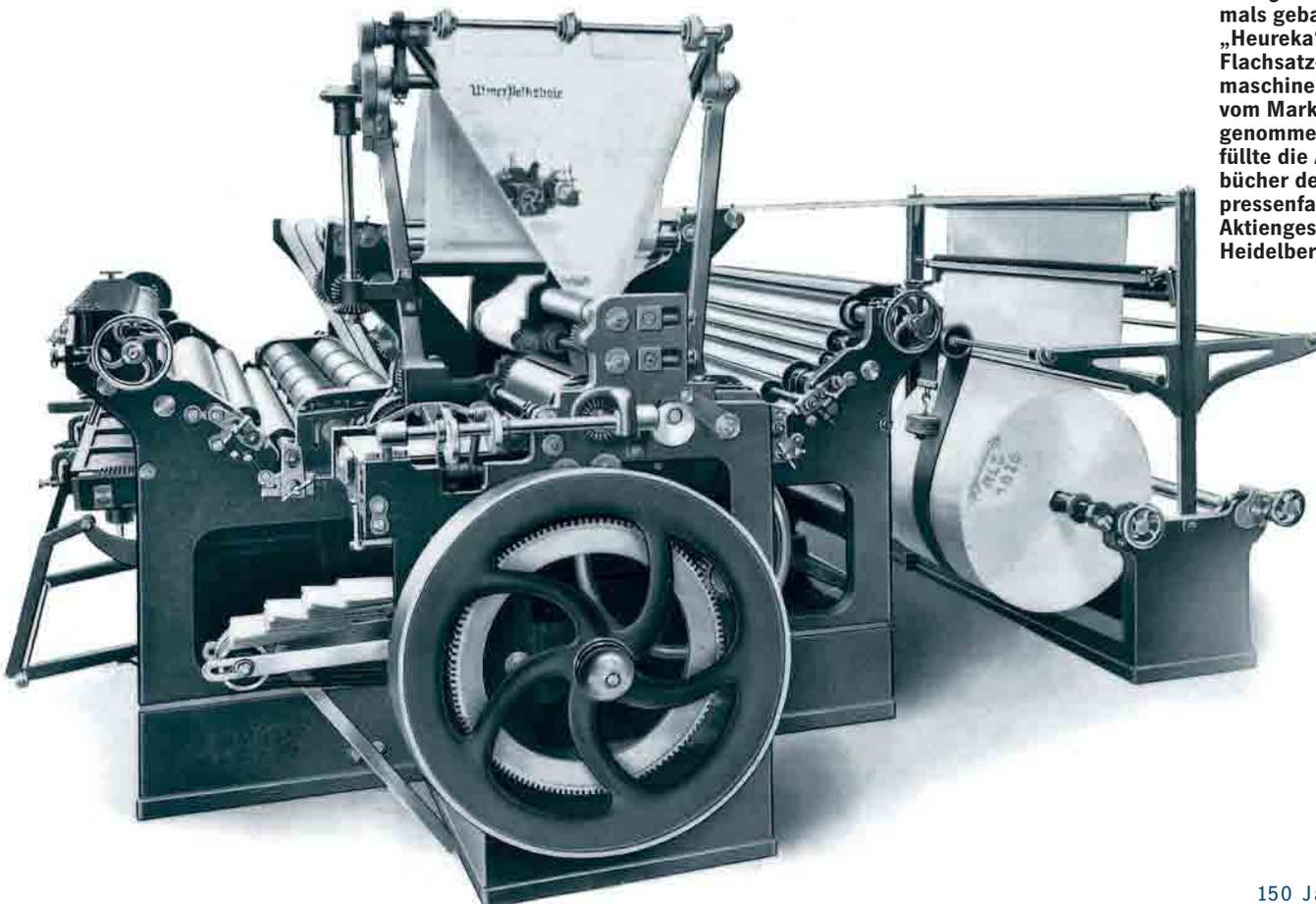
dieser Zeitungsdruckmaschine arbeitete die Schnellpressenfabrik seit 1900. Die grundlegende Idee bestand darin, Rollenpapier mit Buchdruck-Flachformen zu bedrucken. Die Schnellpressenfabrik erwarb für 50 000 Mark das Patent von dem Erfinder Heinrich Stamm, einem ehemaligen Oberingenieur der „Voigtländischen Maschinenfabrik“ in Plauen, und entwickelte die Maschine zur Fabrikationsreife.

Die „Heureka“ besaß je ein Druckwerk für den Schönndruck (Druck auf der Vorderseite des Papiers) und für den Widerdruck (Druck auf der Rückseite des Papiers). Im indirekten Buchdruck mit Bleisatz-Flachformen nimmt ein Gummizylinder das eingefärbte Schriftbild von der Flachform ab und gibt es an den so genannten Übertragungszylinder weiter, der schließlich das Rollenpapier bedruckt. Der Gummizylinder berührt die Flachform nur bei jedem dritten Druckgang.

Als Kunden hatte die Schnellpressenfabrik kleine Zeitungsdruckereien im



Die 1908 erstmals gebaute „Heureka“, eine Flachsatz-Rotationsmaschine, wurde vom Markt gut aufgenommen und füllte die Auftragsbücher der „Schnellpressenfabrik Aktiengesellschaft Heidelberg“.



Auge, die sich große Rotationsmaschinen und die dafür notwendige Rund-Stereotypie nicht leisten konnten. Mit der „Heureka“ konnten sie je nach Ausführung in einer Stunde 6 000 bis 8 000 Zeitungen mit bis zu acht Seiten drucken und falzen.

Auf dieses für insgesamt 300 000 Mark marktfähig entwickelte Produkt setzte die Schnellpressenfabrik große Hoffnungen. 1909 konnte sie zwar nur fünf, 1910 aber schon 13 Maschinen verkaufen. Bis 1915 fanden 107 „Heureka“ ihre Abnehmer, 15 weitere Bestellungen konnten infolge des Kriegsausbruchs nicht mehr abgewickelt werden.

Nach dem Ersten Weltkrieg ging die „Heureka“ wieder in Produktion; 1924 musste sie dann aber dem Tiegeldruckautomaten Platz machen. Mit dieser Maschine führte die Schnellpressenfabrik dann über Jahrzehnte hinweg den Markt an und belieferte Druckereien in aller Welt. Der „Heidelberger Tiegel“ begründete das Renommee des Unternehmens und sorgte für Umsatz und Ertrag.

Schon in den letzten beiden Jahren vor dem Ersten Weltkrieg wurde der Grundstein für den späteren Welterfolg

der Schnellpressenfabrik Heidelberg, den Heidelberger Tiegeldruckautomaten, gelegt. Zu dieser Zeit waren mit Ausnahme der „Heureka“ die meisten Typen von Heidelberger Druckmaschinen veraltet und auch nicht mehr konkurrenzfähig; andererseits steckte ein grundlegend verbesserter Schnellpresstyp, der Schnellläufer „Exquisit“, noch im Entwicklungsstadium.

Der Heidelberger Tiegeldruckautomat

Da kam es sehr gelegen, dass 1912 der Druckereibesitzer und Techniker Karl Gilke seine Erfindung, eine rotierende zweiarmige Bogenanlege- und -ablegevorrichtung an Tiegeldruckpressen („Propellergreifer“), der Schnellpressenfabrik zum Weiterentwickeln und Vermarkten verkaufte.

Bei Tiegeldruckpressen mussten bis dahin die Papierbogen von Hand an- und abgelegt werden. So bedruckte man zwischen 400 und höchstens 600 Bogen pro Stunde. Die Domäne des Tiegeldrucks, der Druck vieler rasch aufeinander folgender Aufträge in kleinen Formaten, ließ sich also kaum kostengünstig erledigen.

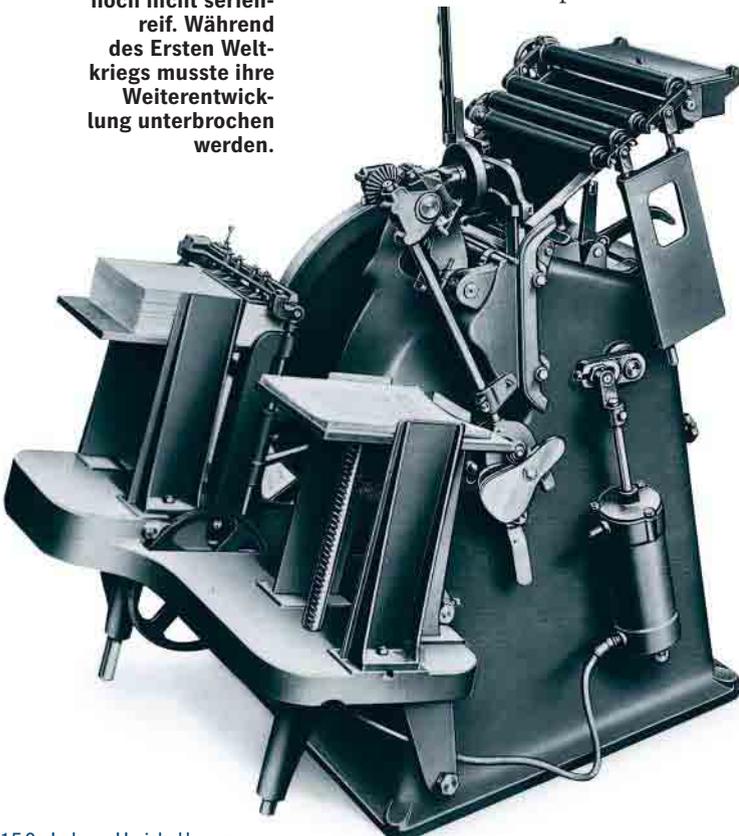
Da wirkte das Propellergreifer-System revolutionierend in Wirtschaftlichkeit und Unfallschutz. Bis es an einer Heidelberger Tiegeldruckpresse seine Vorteile ausspielen konnte, vergingen noch Jahre: Das Propellergreifer-System musste wesentlich verbessert, das Tiegeldruckprinzip entsprechend modifiziert werden.

Nach vielen Versuchen stellte das Unternehmen im Mai 1914 auf der Bugra, der Ausstellung für Buchdruckgewerbe und Graphik in Leipzig, einen Prototyp des Heidelberger Tiegeldruckautomaten mit Propellergreifern, genannt „Express“, vor. Er leistete 1 000 Bogen je Stunde und erregte einiges Aufsehen. Jedoch schon im August des gleichen Jahres herrschte Krieg in Europa, und die Weiterentwicklung des „Express“ hörte vorläufig auf.

Erster Weltkrieg und Neubeginn

Nach Beginn des Ersten Weltkriegs im August 1914 brach der Markt für Druck-

Auf der Ausstellung für Buchdruckgewerbe und Graphik (Bugra) 1914 in Leipzig stellte die Schnellpressenfabrik ihren ersten Tiegeldruckautomaten vor. Die Maschine war allerdings noch nicht serienreif. Während des Ersten Weltkriegs musste ihre Weiterentwicklung unterbrochen werden.





Mit dem Ausbruch des Ersten Weltkriegs 1914 brach der Markt für Druckmaschinen fast völlig zusammen. Im Laufe der Kriegszeit wurden die Produktionskapazitäten der Schnellpressenfabrik für die Herstellung von Rüstungsgütern genutzt.

maschinen zusammen. Die Schnellpressenfabrik Heidelberg musste ihre Produktion fast vollständig stilllegen und den Großteil der Beschäftigten, sofern nicht bereits zum Militär eingezogen, entlassen. Ab 1915 übernahm das Unternehmen Rüstungsaufträge und bearbeitete auf seinen Drehbänken im Mehrschichtbetrieb Granatrohlinge. Vor allem Frauen, Lehrlinge und ältere Männer leisteten während der Kriegsjahre die Arbeit.

Die Rüstungsaufträge verbesserten jedoch die wirtschaftliche Situation der Firma nicht. In den Geschäftsjahren 1914 bis 1916 stiegen die Verluste von 150 000 auf 513 000 Mark an. Angesichts dieser Belastung drängten die Haupteigentümer Rheinische Creditbank und Bank für Handel und Industrie in ihrer schwierigen Doppelfunktion als Anteilseigner und Gläubiger der Schnellpressenfabrik auf eine grundlegende Sanierung.

Die Ära Richard Kahn

Am 9. November 1916 vereinbarten die betroffenen Banken mit den Fabrikanten Richard Kahn aus Mannheim und Alfred Eversbusch aus Speyer, dass die beiden Geschäftsleute für 276 500 Mark die Hälfte

der Bankforderungen an die Schnellpressenfabrik von insgesamt 760 000 Mark übernahmen. Dafür erhielten Kahn und Eversbusch 295 Aktien im Nennwert von je 1 000 Mark. Beide Parteien, also die Banken sowie Kahn/Eversbusch, leisteten außerdem eine Zuzahlung von 95 Prozent auf ihren Aktienbesitz und erhöhten das Stammkapital um je 100 000 Mark. Schließlich erwarben die beiden Aktionärsgruppen die letzten noch im Streubesitz befindlichen Aktien und verfügten damit auf der Hauptversammlung über jeweils die Hälfte der Stimmen. Kahn und Eversbusch wurden in den Aufsichtsrat gewählt. Zur gleichen Zeit trat Oskar Faber als zweiter Direktor neben Eugen Scheduling in die Geschäftsleitung ein, um die Interessen der neuen Anteilseigner zu stärken. Seine Maßnahmen, die Produktionsabläufe zu verbessern, trugen dazu bei, im Geschäftsjahr 1917/18 endlich wieder einen Gewinn ausweisen zu können: immerhin 50 000 Mark.

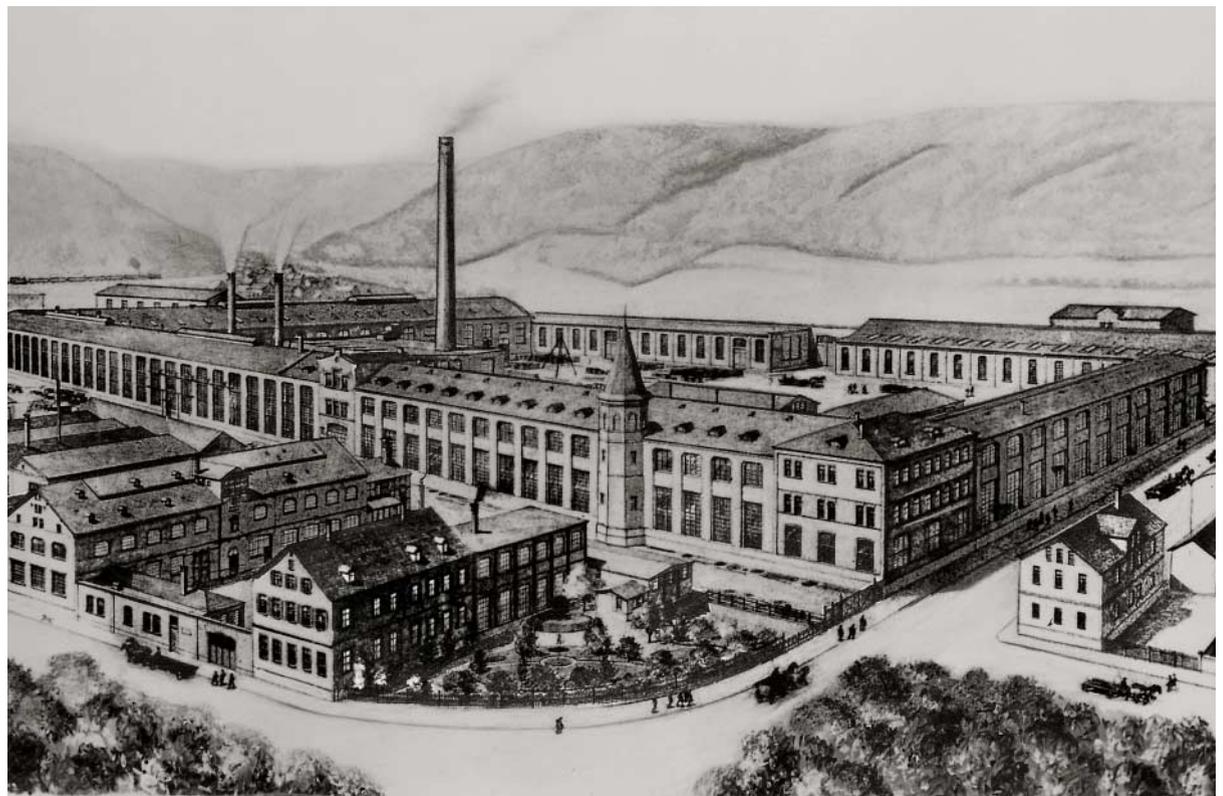
Mit der schillernden Figur Richard Kahn begann ein neues Kapitel in der Geschichte der Schnellpressenfabrik. Der risikofreudige Unternehmer wurde

Der Erste Weltkrieg

Die Heidelberger Lokalzeitung „Heidelberger Neueste Nachrichten“ kündigte den Beginn des Ersten Weltkriegs in großen Schlagzeilen und mit nationalem Pathos an – wie auch alle anderen Blätter im Deutschen Reich. Die Berichte über das Ende und die Niederlage waren wesentlich kürzer. Das „Heidelberger Tageblatt“ brachte die Nachricht über die Abdankung des Kaisers in einer einspaltigen Meldung. Die Schnellpressenfabrik konnte während der Kriegszeit weder Druckmaschinen bauen noch ihren 1914 erstmals vorgestellten Tiegeldruckautomaten zur Serienreife weiterentwickeln. Erst 1921 konnte mit seiner Fabrikation begonnen werden.



Die Maschinenfabrik Geislingen (MAG) zählte zu den Unternehmen im Einflussbereich Richard Kahns. Schon Anfang der 20er Jahre belieferte die MAG die Schnellpressenfabrik mit Gussteilen. 1929 fusionierten beide Unternehmen, zusammen mit der Heidelberger Maquet AG.



am 9. November 1890 als Sohn eines Viehhändlers in Bochum geboren und begann als 17-Jähriger ein Volontariat im Werkzeugmaschinenbau.

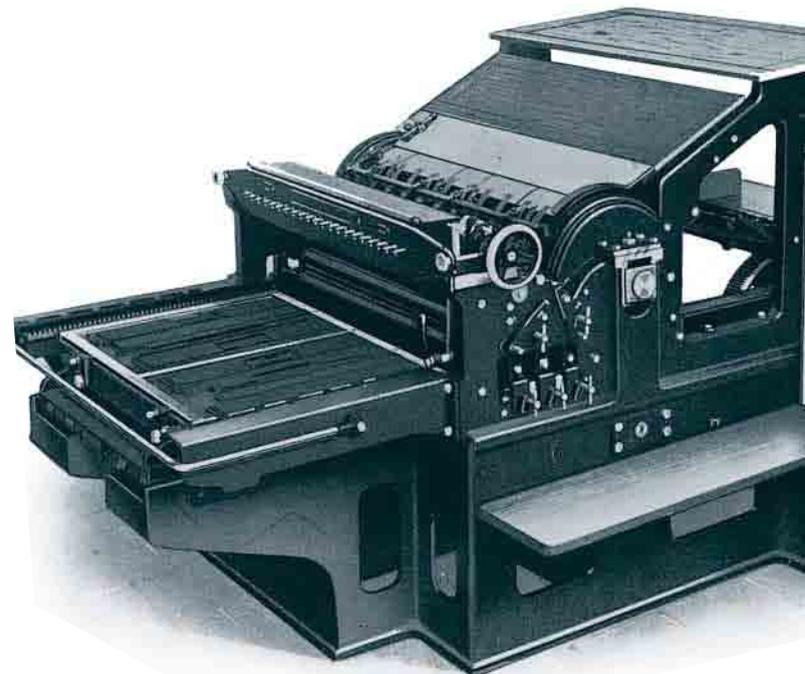
Schon als 20-Jähriger beteiligte er sich – hauptsächlich mit Bankkrediten – an Unternehmen des Maschinenbaus, wie zum Beispiel an der Firma Alfred Eversbusch sowie an der Mannheimer Schraubenfabrik, der Maschinenfabrik Geislingen (MAG) und an der Rhenania Motorenfabrik AG („Rhemag“) in Mannheim. Während des Ersten Weltkriegs belieferte er als Mitinhaber der Pfalz-Flugzeugwerke Speyer die deutsche Armee mit Flugzeugteilen und anderen Rüstungsgütern – offenbar zu überzogenen Preisen. Denn im Juli 1918 verurteilte ihn das Landgericht Mannheim wegen Preiswuchers zu einer Geldstrafe. Die wurde ihm jedoch nach dem Krieg im Zuge einer Amnestie erlassen.

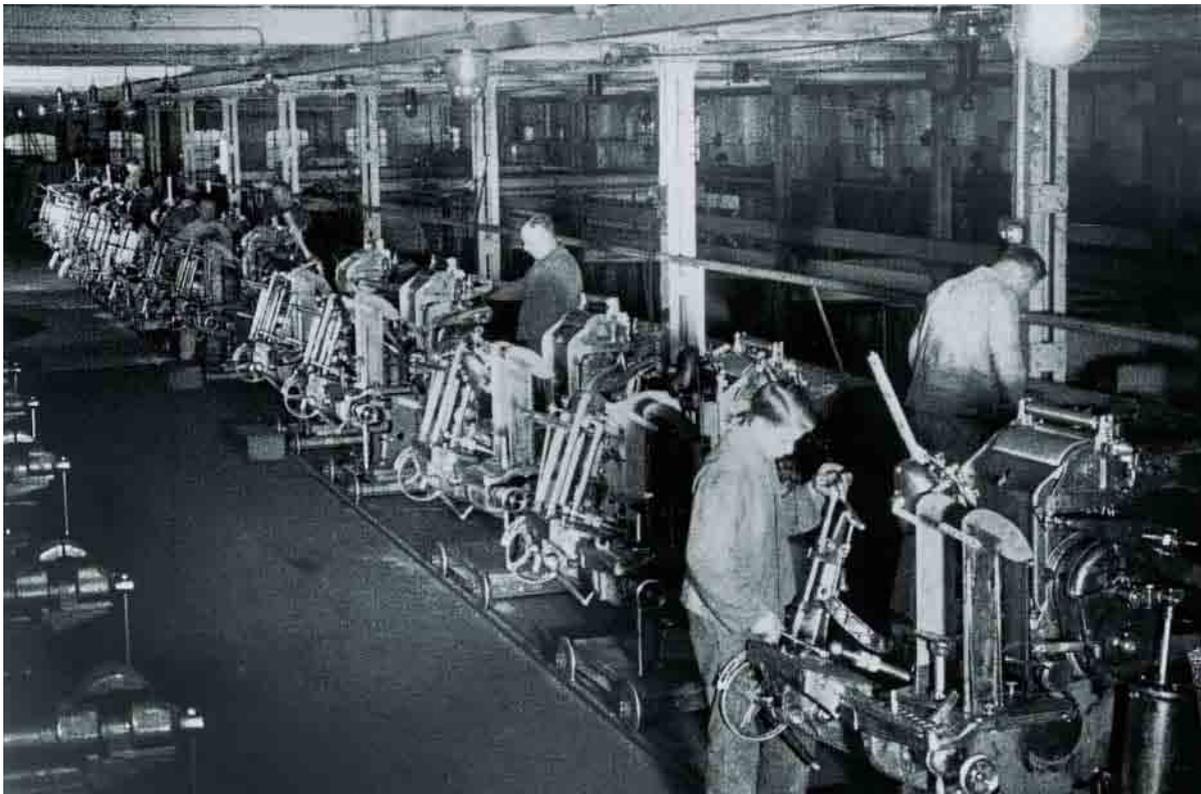
Im Laufe der Jahre 1918/19 ging die Schnellpressenfabrik ganz in den Besitz Kahns über, nachdem sein Partner Eversbusch als Teilhaber ausgeschieden und

aus dem Aufsichtsrat abberufen worden war. Anfang 1920 wurde Kahn zum Generalbevollmächtigten ernannt.

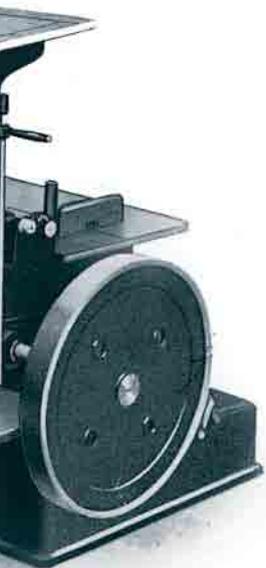
In den ersten Jahren nach Kriegsende nutzte die Geschäftsleitung die Umstellung auf die Friedensproduktion, um den gesamten Betrieb zu modernisieren. Die Produktpalette wurde erheblich eingeschränkt und man konzentrierte sich nun auf die Flachsatz-Rotationsmaschi-

Der Schnellläufer Exquisit kam 1921 auf den Markt.





Die Produktion des „Heidelberger Tiegels“: Als erster deutscher Maschinenbauer führte die Schnellpressenfabrik 1926 die rationelle Fließfertigung ein. Sie ermöglichte größere Stückzahlen bei gleichbleibend hoher Qualität.



ne „Heureka“ sowie den noch vor dem Krieg entwickelten „Schnelläufer Exquisit“. Außerdem arbeiteten die Heidelberger Ingenieure fieberhaft an der Weiterentwicklung des Tiegeldruckautomaten, dessen Serienproduktion schließlich Mitte 1921 begann. Allmählich verbesserte sich die wirtschaftliche Lage: Während 1919/20 die Bilanz noch einen Verlust von 305 000 Mark auswies, erwirtschaftete das Unternehmen ein Jahr später 103 000 Mark Gewinn.

Zu dieser Zeit übersiedelte der Hauptaktionär Kahn nach Berlin. Innerhalb kürzester Zeit erwarb er eine Reihe von Unternehmen – die meisten davon aus der Maschinenbaubranche. Unter der Dachgesellschaft „Richard Kahn GmbH“ schloss er 1921 die wichtigsten Firmen seines Mischkonzerns zu einer Interessengemeinschaft zusammen. Kernstück des Vertrags war eine gegenseitige Gewinn- und Verlustbeteiligung: Alle Firmen mussten ihren erwirtschafteten Reingewinn an die Richard Kahn GmbH abführen, die daraus zunächst ihre Kos-

ten bestritt. Der verbleibende Betrag diente dem Ausgleich von Verlusten einzelner Unternehmen, der Rest sollte auf die Konzerngesellschaften verteilt werden. Damit verlor die Schnellpressenfabrik ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit.

Während der Inflation von 1922/23 erhöhte die Generalversammlung das Grundkapital in mehreren Schritten von 800 000 Mark auf 120 Millionen Papiermark. Im Rahmen dieser Kapitalmaßnahmen beteiligten sich das Berliner Bankhaus Alexander Löwenherz Nachf. sowie die Commerz- und Privatbank am Unternehmen. Nach dem Währungsschnitt Ende 1923 und der Einführung der Reichsmark wurde das Grundkapital Anfang 1925 auf 1,175 Millionen Reichsmark herabgesetzt.

Im Sog der anderen Kahn-Gesellschaften zwang der Interessengemeinschaftsvertrag die Schnellpressenfabrik 1925 tief in die roten Zahlen. Wie alle Unternehmen des Kahn-Konzerns musste sie Geschäftsaufsicht beantragen, um den akut drohenden Konkurs zu vermeiden. Im



Richard Kahn übernahm mit seinem damaligen Partner Alfred Eversbusch 1916 die Schnellpressenfabrik. In der Inflationszeit und unmittelbar danach flossen die Gewinne der Schnellpressenfabrik in andere Not leidende Kahn-Unternehmen. Dadurch geriet auch der Druckmaschinenhersteller in eine schwierige Lage. 1932 ging die Schnellpressenfabrik nach dem Zusammenbruch des Kahn-Konzerns in den Besitz der Deutschen Bank und der Commerz- und Privatbank über.

**Gießerei der MAG
in Geislingen:
In den Kupolöfen
wird das Eisen
geschmolzen,
um unten in den
Formen zu
Maschinen-
teilen gegossen
zu werden.**

Juni 1926 kam es schließlich zu einem Vergleich mit den Gläubigerbanken, wobei diese auf 70 Prozent ihrer Forderungen verzichteten. Von den verbleibenden Gesamtforderungen in Höhe von mehr als acht Millionen Reichsmark musste die Schnellpressenfabrik 800 000 Reichsmark übernehmen. Sämtliche Aktien und Geschäftsanteile der Unternehmen im Besitz von Kahn und der Richard Kahn GmbH wurden der Deutschen Bank verpfändet.

Mit dem Vergleich endete auch der Interessengemeinschaftsvertrag – die Schnellpressenfabrik erhielt so ihre wirtschaftliche Unabhängigkeit zurück. Nun konnte das Unternehmen von den Anstrengungen der turbulenten Jahre profitieren: Die Produktionsanlagen waren modernisiert und in Ansätzen bereits auf Fließfertigung ausgerichtet. Und der seit 1921 in Serie produzierte

Tiegeldruckautomat wurde unter Viktor Jereczek, den Kahn 1922 nach Heidelberg entsandt hatte, entscheidend verbessert: Ein Kniehebelsystem dämpfte die zu lauten Schlaggeräusche; außerdem erhöhte es die Druckkraft und verbesserte damit die Druckqualität. Das neue Modell verfügte über ein Zylinderfarbwerk mit zwei Auftragwalzen und den bekannten Propellergreifer. Pro Stunde bedruckte der Tiegeldruckautomat zwischen 2 500 und 3 000 Bogen. Mit neuartigen Verkaufsmethoden trat der „Heidelberger Druckautomat“, so die offizielle Bezeichnung, schnell seinen Siegeszug an und eröffnete dem Unternehmen eine blühende Zukunft.

Aber auch mit den Buchdruckschnellpressen des Typs „Exquisit“ wurden am Ende der Inflationszeit gute Umsätze erzielt. Bald nach dem Vergleich erreichte die Schnellpressenfabrik wieder die Gewinnzone.



Ueber
Die
über
Neal
1. Noo
2. Bahm
3. Cham
4. Shim
5. Osa
6.
7.
8. Nj
9.
10. Oa
11.
12.
13.
14.
15.
16+1
18
19.
20.
21.
-24

Blick der Dienstreise von Karl

Abfahrt in Heidelberg am 17. Juni 1928
 Ankunft in " am 20. Januar 1930 (842)

Reiseroute erstreckte sich auf folgende Erdteile:
 Sibirien nach Japan - China - Philippinen -
 Ozeanien - Java nach Australien u. zurück.

Osaka	24.6.28	41. Tokio	14.10.28
Utsunomiya		42, 43 + 46, 47 Geisha	
Yokohama	29.6.28	44. Tokio Unkuyinbahn	11.10.28
Kyoto	17.7.28	45. " Hotel	20.10.28
Osaka	2.7.28	48. " Bahnhof	
Osaka	5.7.28	49. Osaka ^{gotta y...} _{frucht 27 Tage?}	3.11.28
Osaka (Fuzug)	12.7.28	50 + 51 Geisha	
Kyoto (Hirats)	14.7.28	52. Nagoyaji Kaiserpalast	21.9.28
Osaka	22.7.28	53. Osaka	
Osaka (gr. Fuzug)	7.8.28	54. Kobe Japan	
Osaka	31.7.28	55. " Hofen	
Kyoto (Fuzug)	19.7.28	56. Osaka	24.10.28
Osaka (wint. Fuzug)	9.8.28	57. "	
Osaka		58. " (Dobuil-Hotel)	
Tokio	14.8.28	59-71 Tokyo	
Osaka (Griffen)	24.10.28	72. Kobe Park-Wasserfall	
Osaka	20.11.28	73 Berg "Fuji" Fuzug	
Tokio (Wasserpark)		74 Tokio Wasserfall	
Kyoto - Geisha		75 wie 73	
		76 Tokio (Eisbahn)	
		77 Harkone (mit japan. Göttern 25. XI)	
		78 Fushimi	

87 Karl auf dem Weg zum Hotel in Kyoto
 88. Ein Teil von Harkone (Wasserpark)
 hin geht es nach Singapur 8.9.29
 89. Karl vor der Kaffeemaschine in
 Tokio mit Dr. T. Okada 12. Okt. 29
 90. Karl am 4. Nov. 29 in Kyoto



in seine moderne Erfindung
 Empfangsraum Ballast, Versicherung
 mit Kahn-Instinkt
 158 + 160 Shanghai

Aufbruch in den Fernen Osten
 Schon in der zweiten Hälfte der 20er Jahre knüpfte die Schnellpressenfabrik geschäftliche Beziehungen nach Japan und in den pazifischen Raum. Das Familienunternehmen Kawashima übernahm die Vertretung in Japan. Der Monteur Karl Ehrmann bereiste zwei Jahre lang Ostasien und führte über seine Stationen genauestens Buch. Er half beim Aufstellen von Maschinen und bei der Schulung des Vertretungspersonals. Das Bild unten zeigt ihn links neben dem japanischen Vertreter Kawashima und dessen Sohn.

Die „Roaring 20’s“ mit ihren lauten und leisen Tönen

Nach dem Trauma des Ersten Weltkrieges sehnen sich die Menschen nach Ablenkung: die „Goldenen Zwanziger“ beginnen. Kultur und Wirtschaft erfahren einen Aufschwung.

Film, Musik, Mode, Malerei, Wissenschaft und Technik experimentieren mit neuen Formen und Inhalten.

Die Idole dieser Zeit heißen Charlie Chaplin und Buster Keaton, Mickey Mouse und Marlene Dietrich, Albert Einstein und Fritz Lang. Wundersam anmutende Fahrzeuge für Straße, Schiene und Luft sorgen für Rekorde und Crashes – aber auch für den weiteren technischen Fortschritt. Doch die wirtschaftliche und kulturelle Blüte nimmt mit dem Börsenkrach an der New Yorker Wall Street am 25. Oktober 1929 ein abruptes Ende.

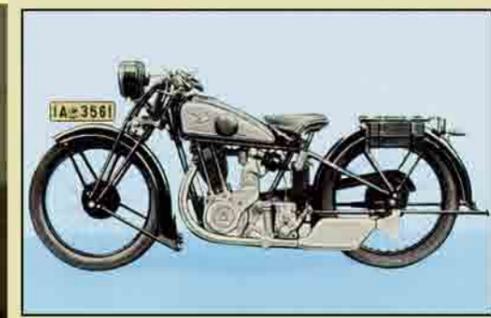
Die gesamte Weltwirtschaft gerät aus den Fugen und stürzt in eine tiefe Rezession mit vielen Arbeitslosen.



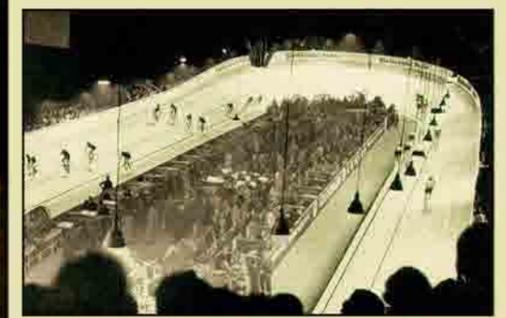








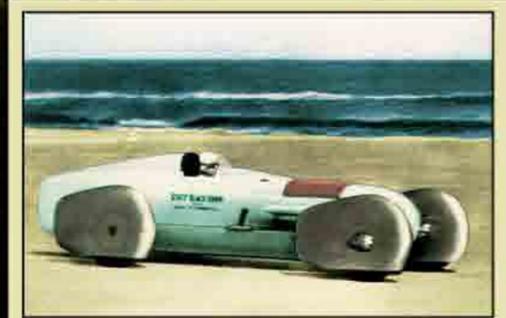
D-Rad



Sechstagerrennen



Avusrennen



Black Hawk



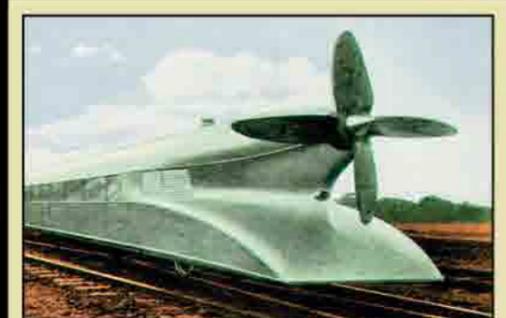
Rollendes Kommißbrot



Bremen und Europa

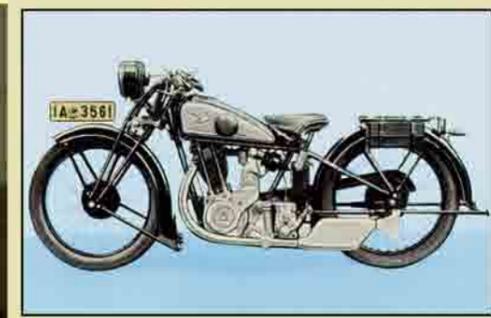


Do X



Schienen-Zeppelin





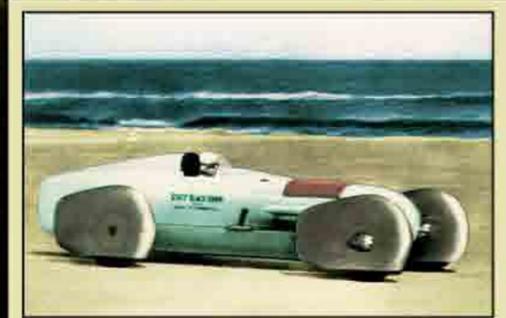
D-Rad



Sechstagerrennen



Avusrennen



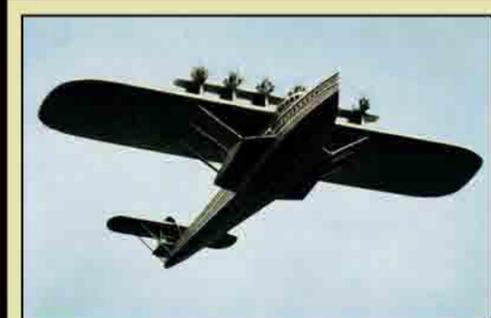
Black Hawk



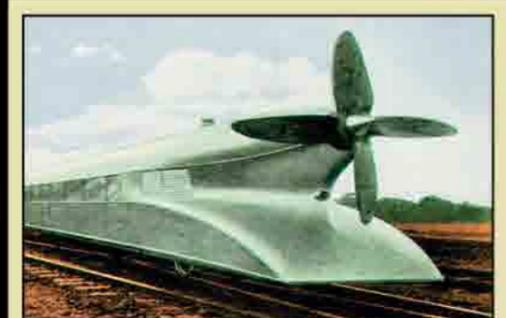
Rollendes Kommißbrot



Bremen und Europa



Do X



Schienen-Zeppelin



Ceci n'est pas une pipe.



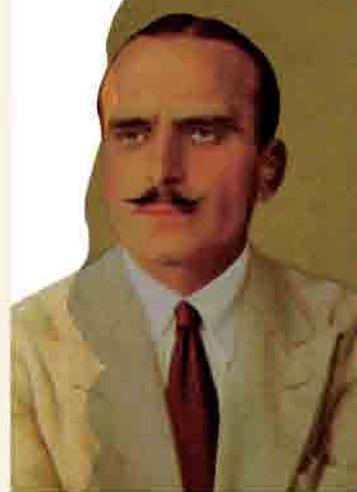
Harold Lloyd



Marlene Dietrich



Buster Keaton



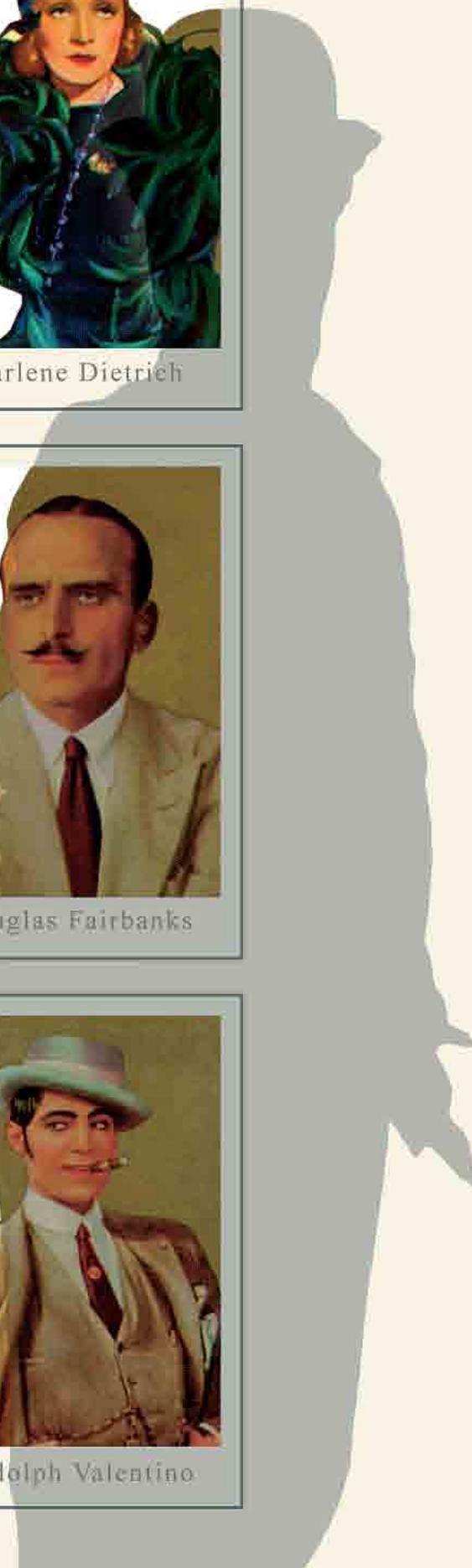
Douglas Fairbanks



Greta Garbo



Rudolph Valentino





DIE ZWANZIGER JAHRE

1 Mickey Mouse erblickt im Jahr 1928 das Licht der Welt – und macht seinen Erfinder Walt Disney weltberühmt.

2 The Eldorado, 300 Central Park West, 1929 erbaut von Morgan & Holder; mit 30 Stockwerken ist es eines der imposantesten Gebäude seiner Zeit in New York.

5 Albert Einstein erhält 1921 den Nobelpreis für seine „Relativitätstheorie“. 1933 emigriert er in die USA und lehrt an der Universität Princeton.

6 Die „Kreissäge“, hier als Anstecknadel, ist wichtiger Teil der Freizeitkleidung des Herren. Dazu passen Flanellhose und gestreifter Blazer.

7 Gertrude Stein, in Paris lebende amerikanische Schriftstellerin (1874–1946), liebt in ihrer Prosa die assoziative Reihung

13 Das Flugboot DO X ist 1929 das größte Wasserflugzeug der Welt. Von Claudius Dornier konstruiert, hat es eine Spannweite von 48 Metern und wird von 12 Motoren



17 „Schienen-Zeppelin“ nennt die Reichsbahn das propellergetriebene Fahrzeug von Ende 1929. Die technische Innovation des Konstrukteurs Kruckenberg schafft den Durchbruch nicht.

18 René Magrittes surrealistische Erkenntnis: „Das ist keine Pfeife.“

Filmstars der „wilden 20er“

- 19 Harold Lloyd**
- 20 Buster Keaton**
- 21 Greta Garbo**
- 22 Marlene Dietrich**
- 23 Douglas Fairbanks**
- 24 Rudolph Valentino**
- 25 Charlie Chaplin**



3 Luftschiffe, nach ihrem Ersterbauer kurz Zeppelin genannt, überfliegen den Atlantik bis zur Katastrophe in Lakehurst 1937.

4 „The Jazz Singer“ mit Al Jolson ist 1927 einer der ersten amerikanischen Tonfilme.

und scheinbar sinnlose Wiederholung von Gleichem. Damit drückt sie das Fließen der Zeit aus.

8 „Metropolis“, der legendäre Film von Fritz Lang, entsteht im Jahr 1926. Hier ein Szenenfoto.

9 Die Inflation. Anfang der 20er Jahre führt die Inflation in Deutschland zu einer völligen Geldentwertung, die 1924 durch die Einführung der Reichsmark schließlich gestoppt wird.

10 Das D-Rad der Deutsche Werke Spandau erreicht 1929 mit einem Viertakt-Motor 95 km/h.

11 Beim ersten Avusrennen 1921 stellt Fritz von Opel im Opel einen Geschwindigkeitsrekord von 128,4 km/h auf.

12 Der Hanomag-Kleinwagen von 1924 mit 1-Zylinder-Motor und 500 ccm schafft 70 km/h. Der Volksmund nennt ihn „Rolendes Kommissbrot“.

angetrieben. Die DO X überquert den Südatlantik von Lissabon nach Rio de Janeiro.

14 Das Sechstagerennen in der Berliner Sportarena feiert Triumphe. 1924 stellen die Berliner Fahrer Krupkat/Huschke mit 4544,2 km in 145 Stunden den Rekord auf.

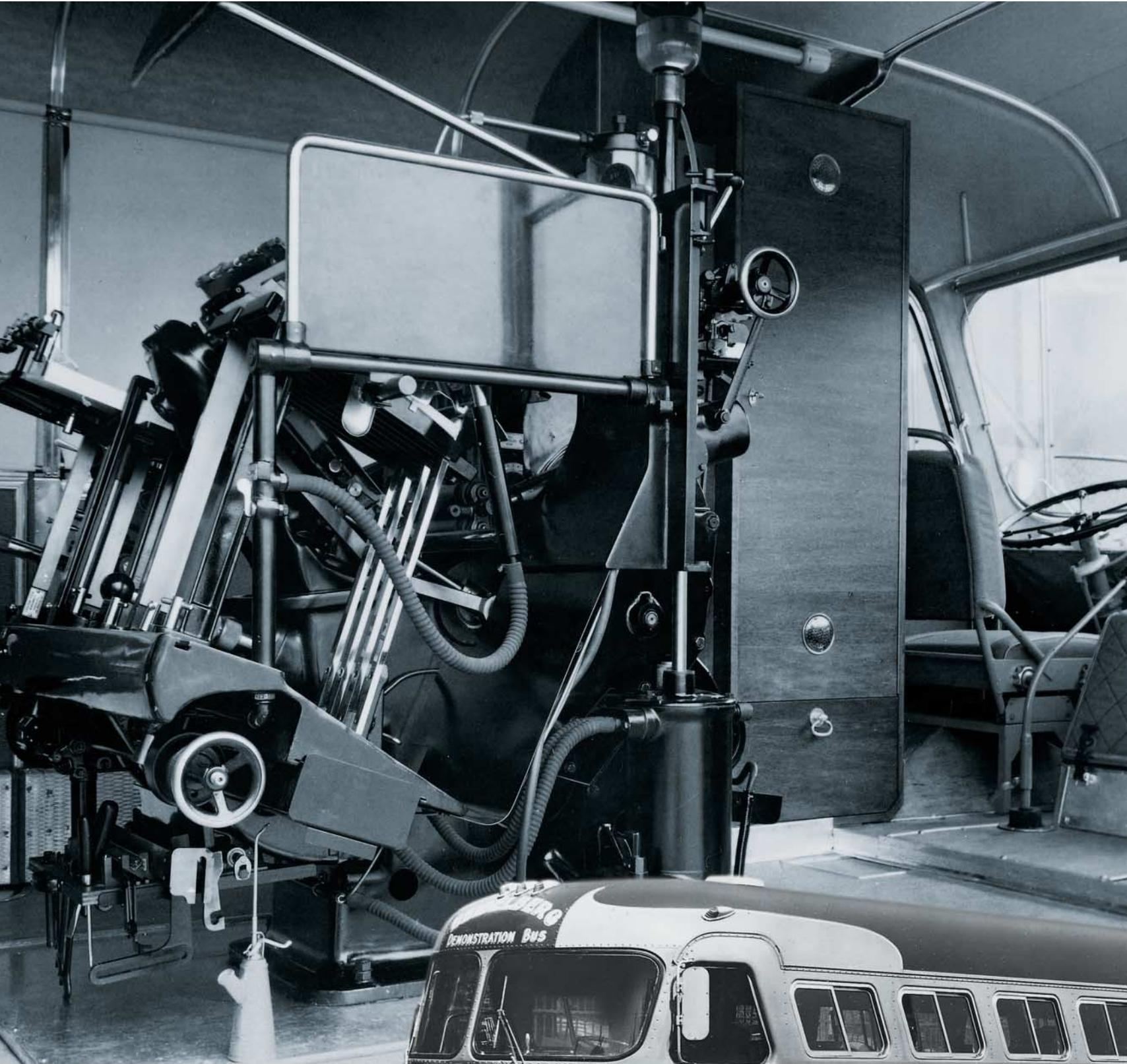
15 Der „Black Hawk“ des Indianapolis-Siegers Frank Lockhart bei seinem Angriff auf den Geschwindigkeitsweltrekord in Daytona Beach im Jahr 1928.

16 Die „Bremen“ und die „Europa“ gehen 1929 bzw. 1930 auf Jungfernfahrt. Die Schwesterschiffe holen sich beide das „Blaue Band“ der Meere.

26 Charleston, der Tanz der 20er Jahre.

27 Lucky Strike im alten Gewand: Bis 1924 steht das Logo auf grünem Hintergrund; dann kreiert Raymond Loewy die weiße Fläche.

28 Schallplatte aus Schellack; hier ein Tonträger mit dem damals berühmten Tanzorchester Bernard Etté.



Blick in einen Vorführwagen: Mit ihren einsatzbereiten Druckmaschinen an Bord überzeugten die Vertretungen der Schnellpressenfabrik ihre Kunden direkt vor Ort. Auch in den Vereinigten Staaten sorgten die Vorführwagen für rasche Popularität von „Original Heidelberg“.





Der Siegeszug des Heidelberger Tiegels

Entscheidenden Anteil am Erfolg der Schnellpressenfabrik Heidelberg hatte Hubert H. A. Sternberg. Der gebürtige Potsdamer diente nach Abschluss des Gymnasiums im Ersten Weltkrieg und erhielt anschließend im Verlags- haus Rudolf Mosse in Berlin eine kaufmännische Ausbildung. Als 26-jähriger wechselte er 1923 zum Kahn-Konzern, in dem er rasch zum Direktor aufstieg. Anfang 1926 forderte ihn Richard Kahn auf, sich die Konzernfirma in Heidelberg anzuschauen und zu prüfen, ob und wie die „Schnellpressenfabrik in Ordnung zu bringen“ sei. Sternberg fuhr hin, besichtigte die Fabrik und nahm die Aufgabe unter zwei Bedingungen an: absolute Vollmacht, besonders über das Fabrikationsprogramm, und fünf Prozent der Aktien. Kahn gestand dem jungen Mann beides zu. Das überlieferte später Lothar Hug, der dem Unternehmen 50 Jahre lang als Verkaufsleiter für die Tiegelautomaten diente und 1974 in Pension ging.

So kam Sternberg mit seinen erst 29 Jahren zur Schnellpressenfabrik Heidelberg. Damit begann eine einzigartige Phase der Kontinuität in der Unternehmensgeschichte, in der Sternberg die entscheidende Rolle spielte. Er

führte die Firma erfolgreich durch die Weltwirtschaftskrise, die NS-Diktatur, den Zweiten Weltkrieg, die Nachkriegszeit und das Wirtschaftswunder.

Neue Ideen in Marketing und Produktion

Am 22. Juni 1926, gleich beim Amtsantritt, wurde Sternberg zum Vorstand bestellt. Dem Vorstandsgremium gehörten außerdem an: Ernst Schwarzländer, der dem Unternehmen bereits seit 1920 als stellvertretender Vorstand diente und erst 1960 ausschied, Oskar Leroi sowie Wilhelm Meurer, der nur bis März 1927 blieb.

Die treibende Kraft in diesem Kreis war Sternberg. Mit modernen Werbeideen, zukunftsweisender Produktionstechnik und kontinuierlich weiterentwickelten Produkten brachte er das Unternehmen an die Spitze der Druckmaschinenindustrie. Zunächst galt es jedoch, nach der Konjunkturkrise das Geschäft anzukurbeln. Dazu setzte Sternberg neuartige Marketing- und Vertriebsmethoden ein: Er ließ Autobusse zu Vorführwagen umbauen und darin einen druckbereiten Heidelberger Tiegel installieren, so dass Druckereibesitzer und -mitarbeiter direkt „vor der Tür des Betriebs“ angesprochen werden konnten.

In den Vorführwagen demonstrierten mitreisende Monteure die Leistungsfähigkeit des Tiegelautomaten und führ-

Mit ihren Vorführwagen machte die Schnellpressenfabrik den „Heidelberger Tiegel“ bei den Druckereien in aller Welt bekannt.

ten in den Druckereien Wartungsarbeiten an anderen Heidelbergern Maschinen durch.

Auch Sternbergs ausgeklügeltes Raten-Zahlungssystem, das unter dem Motto „Der Heidelberg bezahlt sich selbst“ potenziellen Abnehmern den Kauf erleichtern sollte, war revolutionär und attraktiv. Sein Verkaufsargument, mit dem „Heidelberg“ lasse sich die monatliche Produktion dermaßen steigern, dass die Maschine locker die Monatszahlungen verdiene – und einen angemessenen Gewinn dazu –, fand viele offene Ohren. Innerhalb kurzer Zeit kam der Absatz in Schwung, die Serienfertigung musste gesteigert werden.

Kundennähe war das Schlüsselwort – aber auch ein Begriff, an den sich die selbstständigen Verkaufs- und Service-Firmen, die für den Verkauf der Heidelberg Druckmaschinen zuständig waren, erst gewöhnen mussten. Zunächst waren sie nicht sonderlich begeistert von dieser aufwändigen Verkaufs- und Service-Politik. Doch dank der steigenden Absatzzahlen profitierten auch sie bald von dieser intensiven Kundenpflege. Aus den anfänglichen Skeptikern wurden überzeugte Generalvertreter.

Bald kreuzten die Heidelberg Vorführgewagen nicht nur durch Deutschland und Europa, sondern auch durch die Industriezentren der USA, Südamerikas und Indiens. Sternberg verpflichtete alle größeren Vertretungen der Schnellpressenfabrik dazu, sich Vorführgewagen anzuschaffen, um „dieses wundersamste Werbemittel an möglichst vielen Plätzen für den Verkauf ... einzusetzen“.

Nach mehrjähriger Erfahrung mit dem mobilen Einsatz schaffte die Schnellpressenfabrik einen Einheitstyp dieses Fahrzeugs, der den Vertretungen zum halben Einstandspreis überlassen wurde.



Ein Heidelberg Zweifarben-Zylinderautomat in einem Vorführbus Mitte der 60er Jahre: Die fahrenden Werbeträger bereisten auch die Vereinigten Staaten von Amerika.

Mitte der 30er Jahre verkaufte das Unternehmen vier dieser „Corporate Image“-Vorführgewagen nach Frankreich, zwei nach Großbritannien und jeweils einen nach Argentinien, Brasilien, Indien, Südafrika, Australien, Portugal, in die Niederlande und die Schweiz. Weltweit waren 1937 insgesamt 25 Wagen auf Tour.

Die Chance zum Imagetransfer erkannte der „Reklamemann“ Sternberg auch in der Produktbezeichnung des Tiegeldruckautomaten. Er wusste seinen Standortvorteil voll zu nutzen: Das romantische Städtchen Heidelberg, von Goethe, Hölderlin, Keller und Victor von Scheffel gerühmt und besungen, kannte alle Welt. Also nannte Sternberg die Maschine „Heidelberg Tiegel“ und gab damit jeder dieser scheinbar seelenlosen Maschinen aus Gusseisen ein bisschen

Seit den späten 20er Jahren kommen Heidelberg Druckmaschinen direkt zum Kunden. Heute fahren Vorführgewagen zum Beispiel durch die Weiten Russlands.



Dr. Ing. E. h. Hubert H. A. Sternberg – Unternehmer und Visionär



Der Beifall war herzlich, den Hubert Heinrich Adalbert Sternberg zur Feier seines 90. Geburtstags am 13. Januar 1987 im Heidelberger Hotel „Europäischer Hof“ entgegennahm. Am Schluss der Gratulationen erklärte der vitale, hoch gewachsene Herr, ein ganz bestimmtes Lied singen zu wollen, und bat alle Gäste, bei der zweiten Strophe mit kräftiger Stimme mitzumachen. Begleitet von den Kurpfälzer Jagdhornbläsern, sang der gebürtige Potsdamer volltönend „Ich hab’ mein Herz in Heidelberg verloren ...“

Dabei ließ der Jubilar keinen Zweifel daran, dass er unter dem Begriff „Heidelberg“ in erster Linie sein geliebtes Unternehmen verstehe – wie sehr er auch an seinem Haus am Philosophenweg

und an den Menschen in der Stadt hänge.

Nur einige Monate später, am 22. Juni 1987, verstarb Hubert H. A. Sternberg. Aber als Grandseigneur der Druckerwelt bleibt er unvergessen. Mehrfach ausgezeichnet für seine langjährigen Verdienste um die deutsche Wirtschaft, war er schon zu Lebzeiten zum Denkmal geworden.

46 Jahre lang hatte Sternberg die Geschichte des Unternehmens bestimmt. Als der 76-Jährige Ende 1972 den Vorstandsvorsitz niederlegte und als Ehrenmitglied in den Aufsichtsrat wechselte, konnte er auf ein eindrucksvolles Lebenswerk zurückblicken. Als Unternehmer im wahrsten Sinne des Wortes führte er die Heidelberger Druckmaschinenfabrik aus bescheidener Größe bis an die Weltspitze des Druckmaschinenbaus.

Entscheidend für diesen Erfolg waren die drei Säulen der Sternberg’schen Unternehmensphilosophie – ein Produkt, ein Markt und die gewissenhafte Kalkulation des Kaufmanns. Ihm halfen aber auch sein intuitives Verständnis für technische Zusammenhänge und die Fähigkeit, Menschen mitzureißen. Der in seiner Zeit gewachsene „Heidelberger Geist“ verband alle

Mitarbeiter – vom Generaldirektor bis zum Lehrling – und half, schwierigste Zeiten erfolgreich zu überstehen.

Als Sternberg mit 29 Jahren aus Berlin nach Heidelberg kam, um 1926 die Direktion der „Fabrik am Bahndamm“ zu übernehmen, sah es dort nicht zum Besten aus. Die Schnellpressenfabrik stand kurz vor dem Konkurs. Aber er schaffte die Wende durch die folgenreiche Entscheidung, alle Kräfte auf ein Produkt zu konzentrieren, nämlich den Heidelberger Tiegeldruckautomaten.

Mit dieser ersten vollautomatischen Bogendruckmaschine, kurz „Tiegel“ genannt, begründete Sternberg den Weltruhm des Heidelberger Unternehmens. Mit der Kombination von Kosten senkender Fließbandmontage und neuen Marketingideen kurbelte er das Exportgeschäft an und machte den Namen „Heidelberg“ für Drucker aller Kontinente zum Inbegriff für Präzision, Leistung und Zuverlässigkeit.

Als Mann der ersten Stunde nach dem Zweiten Weltkrieg trug Sternberg nicht nur dazu bei, sein eigenes Unternehmen wieder aufzubauen, sondern auch die Industrie- und Handelskammer Heidelberg (IHK) neu zu gründen und zu

festigen. In seiner Funktion als IHK-Präsident von 1945 bis 1949 baute er die Verbindungen zur US-Besatzungsmacht aus und organisierte die erste deutsche Ausstellung der Nachkriegszeit in New York (1949). In den Hungerjahren bis zur Währungsreform sorgte Sternberg mit seiner Exportinitiative „Maschinen gegen Lebensmittel“ für seine Arbeiter und Angestellten.

Mit hohem persönlichem Einsatz kümmerte er sich um vieles selbst. So stand er oft tagelang mit den Konstrukteuren am Zeichenbrett, wenn es darum ging, neue Maschinen zu entwickeln. Vertreter und Kunden, die nach Heidelberg kamen, empfing er häufig persönlich, um sich über die Absatzlage in den einzelnen Ländern berichten zu lassen.

Zu den wichtigsten Entscheidungen Sternbergs in den 50er Jahren zählte der Bau des neuen

Werks in Wiesloch, nachdem die notwendigen Erweiterungsmaßnahmen in der Stadt Heidelberg nicht genehmigt wurden. Mit Weitblick sorgte er für ein umfangreiches Reservegelände, ohne das die Schnellpressenfabrik die großen Investitionsvorhaben der folgenden Jahrzehnte nicht hätte durchführen können. Noch heute erinnert die nach Sternberg benannte Berufsschule in Wiesloch an die Bedeutung dieser Standortentscheidung.

Als der Nestor der Schnellpressenfabrik 1962 seinen 65. Geburtstag feierte, dachte er noch längst nicht an Rücktritt. Vielmehr führte er das Unternehmen weitere zehn Jahre. In diese Zeit fiel der Namenswechsel des Unternehmens von „Schnellpressenfabrik“ in „Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft“, um den technologischen Fortschritt zu dokumentieren.

Sternberg war eine außergewöhnliche Persönlichkeit, die sich auch nicht scheute, die eigene Meinung zu korrigieren. So willigte er – nach langer Skepsis – 1961 ein, neben den Buchdruckmaschinen auch den Bau von Offsetmaschinen voranzutreiben.

Besonders aktiv war Sternberg beim Auf- und Ausbau der Drupa in Düsseldorf. Seit ihren Anfängen im Jahr 1951 lag bei ihm die Verantwortung für die größte internationale Leistungsschau der Druckerbranche. Er gab die entscheidenden Impulse für die Aussteller- und Besucherwerbung. Außerdem ist es ihm zu danken, dass Düsseldorf Anfang der 70er Jahre ein modernes Messengelände erhielt. Bis zur Drupa ’72 war er Präsident des Messekomitees, danach Ehrenpräsident.

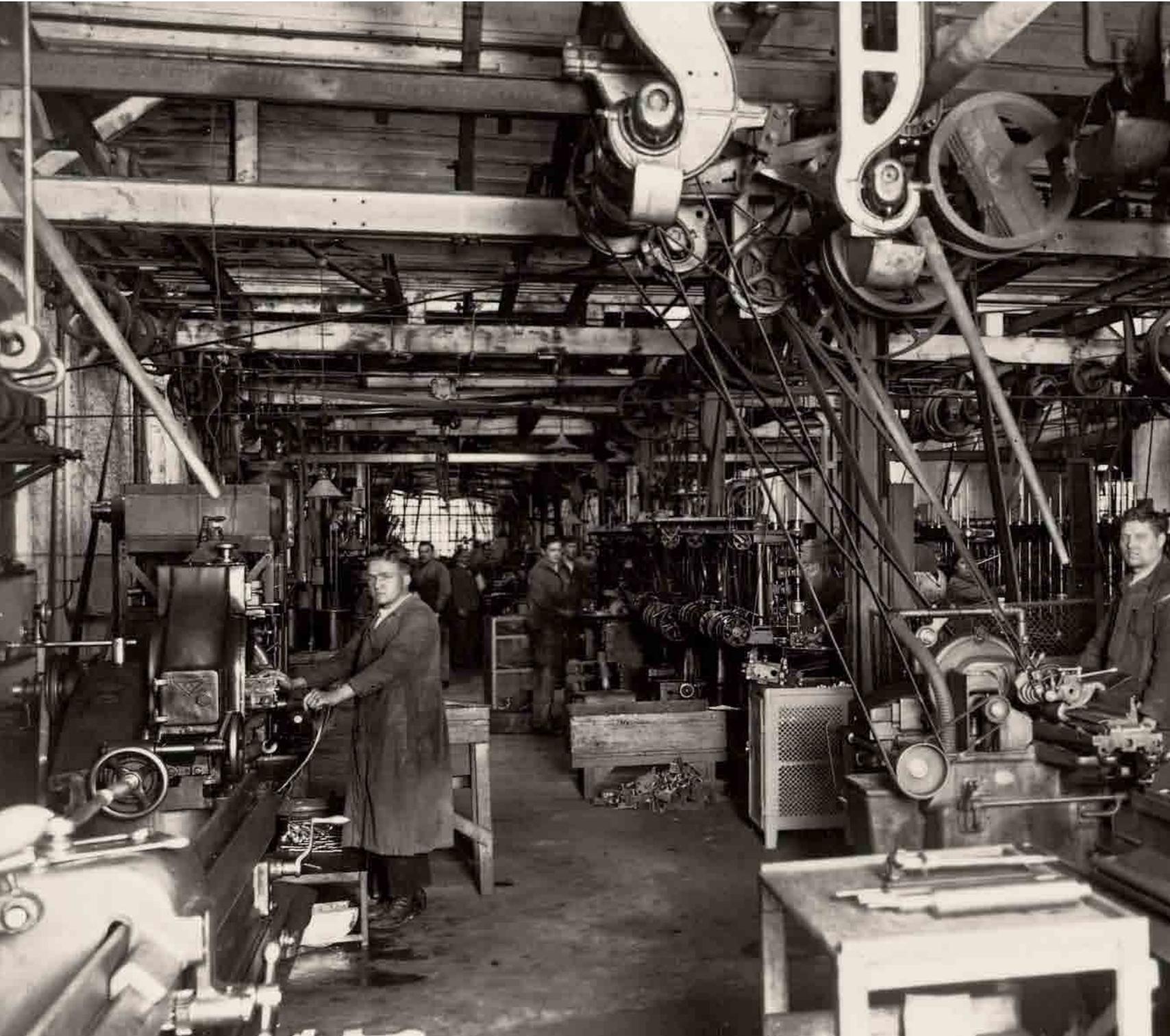
Zu den vielen Ehrungen und Auszeichnungen für seine Verdienste als Unternehmer gehörten das Bundesverdienstkreuz mit Stern (1962 von Bundeswirtschaftsminister Ludwig Erhard persönlich überreicht) und die Ehrendoktorwürde der Technischen Hochschule Aachen (1967).

Über einen Ehrentitel hat sich Sternberg immer besonders gefreut. Seine Kunden nannten ihn gern „Vater der Drucker“.



Hubert H. A. Sternberg bei der Feier seines 90. Geburtstags am 13. Januar 1987.



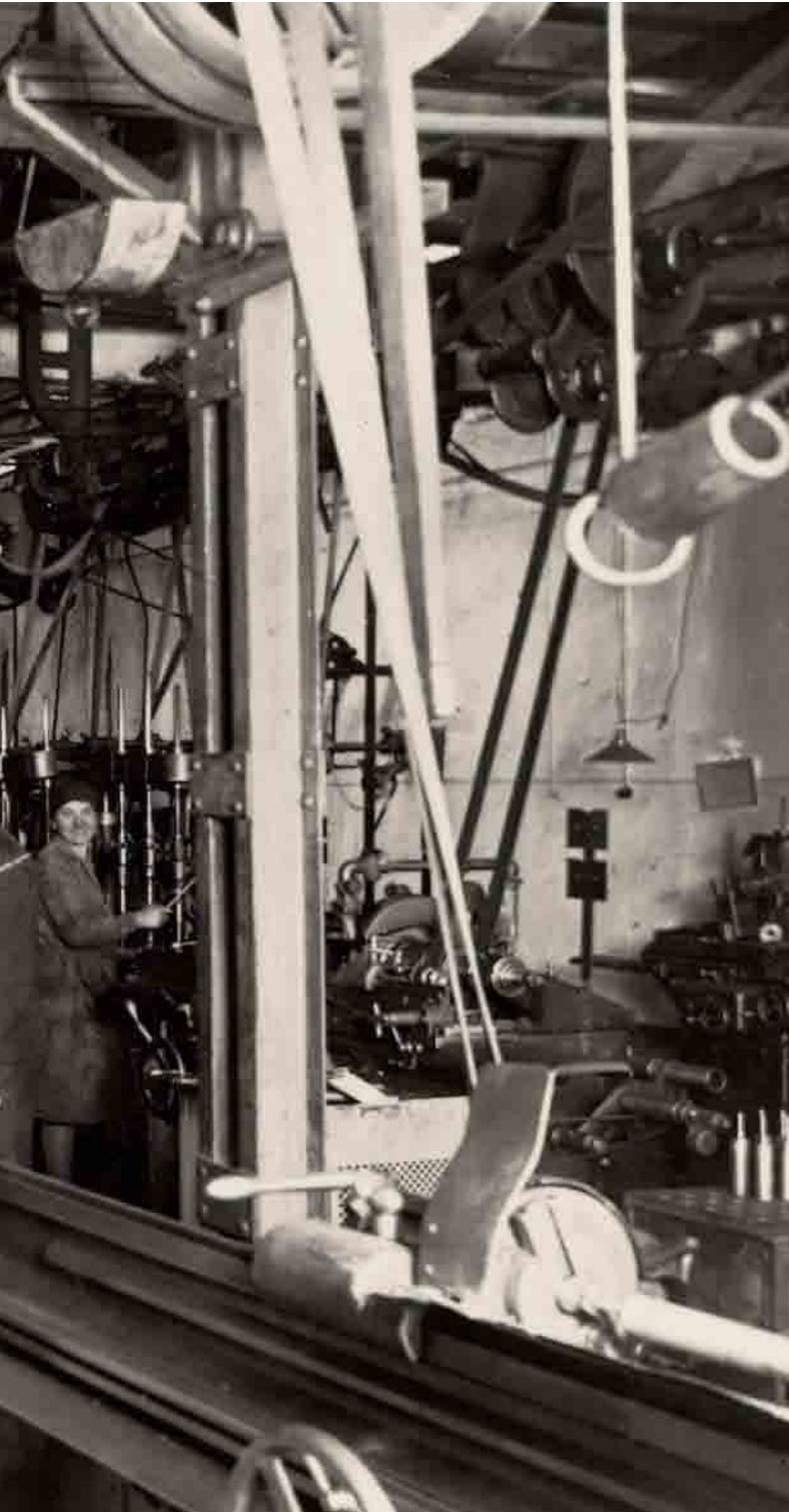


Das Werk Heidelberg in den 30er Jahren. Nach der Weltwirtschaftskrise erlebte die Schnellpressenfabrik unter der Leitung Sternbergs eine bis dahin nicht gekannte Blüte, die mit dem Zweiten Weltkrieg ein jähes Ende fand.

Leben und Romantik mit auf den Weg. Romantische Gefühle allein aber reichten nicht. Die Kunden wollten vor allem Qualität zu einem günstigen Preis. Sternberg hatte gleich nach seinem Amtsantritt das Ziel vorgegeben, monatlich 200 Tiegelautomaten in konstanter Qualität zu liefern. Dies ließ sich nur mit modernen Werkzeugmaschinen und mit Fließfertigung erreichen. Zum Beispiel setzte das Unternehmen 1927 unter anderem eine große Flächenschleifmaschine ein, mit der

die Fundamentfläche des Tiegel-Grundgestells und die Druckfläche auf einen hundertstel Millimeter genau plan geschliffen werden konnten – und das 14-mal schneller als per Hand. Dazu kamen noch weitere Spezialwerkzeugmaschinen wie Reihenbohrmaschinen, Verzahnungsmaschinen, Revolverdrehbänke und Kopierfräsen, die teilweise in den eigenen Werkstätten entwickelt und gebaut wurden.

Auch die Arbeitsabläufe änderten sich: Die einzelnen Maschinenelemente wur-



den zu Gruppen zusammengefasst und von den Arbeitern an Wandertischen und laufenden Bändern montiert. Die Schnellpressenfabrik Heidelberg betrat damit sowohl technisches als auch organisatorisches Neuland. Außer der Automobil- und Elektroindustrie hatte zu dieser Zeit keine andere Branche die von Henry Ford erfundene Fließbandfertigung übernommen. Mit seiner unternehmerischen Weitsicht verschaffte Sternberg der Schnellpressenfabrik Heidelberg einen Wettbewerbs-

vorteil, der sich in der bevorstehenden Weltwirtschaftskrise auszahlen sollte.

Eine weitere Innovation Sternbergs, die sich auf die Verkaufszahlen positiv auswirkte, war die von der Schnellpressenfabrik herausgegebene Kundenzeitschrift „Heidelberger Nachrichten: Anregungen und Ratschläge für fortschrittliche Drucker“.

Die „Heidelberger Nachrichten“

1930 im Rahmen einer kundennahen Marketingstrategie ins Leben gerufen, wurde die Zeitschrift bald in 23 Ländern verteilt. Sie erschien zunächst monatlich, dann ab 1931 sechsmal im Jahr. Die Beiträge befassten sich primär mit den von der Schnellpressenfabrik gebauten Druckmaschinen und deren spezifischen Merkmalen. Schemazeichnungen und genaue Leistungsbeschreibungen erläuterten die Funktionsweise einzelner Maschinenelemente.

Außerdem stellten die „Heidelberger Nachrichten“ in bebilderten Reportagen die Fertigung der Maschinen vor und gaben den Lesern betriebswirtschaftliche Ratschläge. Und schließlich veröffentlichte das Blatt als Service für die Kunden des Unternehmens einen Stellenmarkt. Damit vermittelten die „Heidelberger Nachrichten“ schon damals genau das, was heute jeder Verleger von seinen Redakteuren verlangt – Nutzwert.

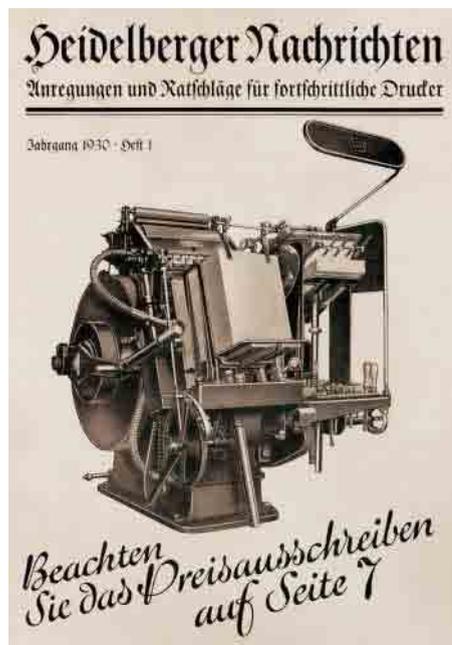
Selbstverständlich wurde die Kundenzeitschrift auf Heidelberg Maschinen gedruckt. Dadurch konnte das Unternehmen anschaulich demonstrieren, wie leistungsfähig und vielseitig die Heidelberg Tiegel und später die Zylinderautomaten waren. Bereits ab dem zweiten Jahrgang waren die Hefte mehrfarbig und enthielten Beilagen wie Postkarten, Etiketten, Briefbogen und Durchschreibesätze oder Papierservietten. Auch die Umschläge variierten zu Demonstrationszwecken: Sie waren aus Papier, Karton oder Hochglanzfolie geprägt, gestanzt oder als Vierfarben-Kunstdrucke ausgeführt.

Zum Marketing-Mix Sternbergs gehörten auch regelmäßige Preisausschreiben in



Die ebenfalls 1850 gegründete Maschinenfabrik A. G. Geislingen (MAG) bot lange Zeit eine breite Produktvielfalt an. Unter anderem stellte sie Universalmühlen her. Bald konzentrierte sich das Werk nach der Fusion mit der Schnellpressenfabrik auf die Produktion von Gussteilen für die Heidelberg Druckmaschinen.

Die Kundenzeitschrift „Heidelberger Nachrichten“ entwickelte sich schnell zu einem wichtigen Marketing-Instrument. Der „Reklamemann“ Sternberg nutzte dieses Medium aber nicht nur für die Produktinformation. Vielmehr lieferte es auch nützliche Anregungen für die wirtschaftliche Betriebsführung. 70 Jahre nach Erscheinen der ersten Ausgabe werden die „Heidelberger Nachrichten“ in einer Gesamtauflage von rund 350 000 Exemplaren in 25 Sprachen gedruckt.



den „Heidelberger Nachrichten“. So bot zum Beispiel die Schnellpressenfabrik 100 Reichsmark „für die beste Arbeit des Monats auf dem Heidelberger Druckautomaten“. Die Hälfte des Geldes bekam der Besitzer der Maschine, die andere Hälfte der Drucker, der die preiswürdige Arbeit geleistet hatte. Publikumswirksam wurden die prämierten Arbeiten in den „Heidelberger Nachrichten“ veröffentlicht.

Fusion schaffte breitere Basis

Zu den Hauptaufgaben der Vorstandsmitglieder der Schnellpressenfabrik Heidelberg gehörte auch die Leitung von zwei anderen Unternehmen des Kahn-Konzerns: Hubert H. A. Sternberg und Oskar Leroi wurden 1926 nicht nur in den Vorstand der Schnellpressenfabrik berufen, sondern gleichzeitig mit der Leitung der Maquet AG betraut, in deren Vorstand bereits Ernst Schwarzländer tätig war.

Schwarzländer leitete außerdem die traditionsreiche Maschinenfabrik in Geislingen an der Steige, die MAG. Er diente der Schnellpressenfabrik, in die er 1913 eingetreten war, 47 Jahre lang.

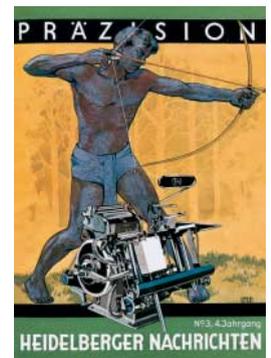
Die Gebäude der Firma Maquet, die Operationstische, Krankenhausmöbel und andere Sanitätsartikel herstellte,

lagen in unmittelbarer Nachbarschaft der Schnellpressenfabrik.

Die MAG im 160 Kilometer von Heidelberg entfernten Geislingen hatte eine ähnliche Geschichte hinter sich wie die Schnellpressenfabrik. Sie war ebenfalls von einem Müllersohn, Daniel Straub, im Jahr 1850 gegründet worden. Bereits 1875 beschäftigte Straub in seiner Gießerei 350 Arbeiter mit dem Bau von Wasserrädern und Turbinen. In den 20er Jahren begannen Schnellpressenfabrik und MAG unter dem Dach der Kahn Holding eng zusammenzuarbeiten. Die MAG übernahm für die Schnellpressenfabrik Gießereiarbeiten und war mit dem Heidelberger Unternehmen bald auch über die Person Schwarzländer verbunden.

Bei so vielen Gemeinsamkeiten zwischen den drei Gesellschaften lag es nahe, sie zu vereinigen. Im November 1929 fusionierten sie unter der Führung der Schnellpressenfabrik. Maquet AG und MAG übertrugen ihr gesamtes Vermögen rückwirkend zum 1. Januar 1929 auf die Schnellpressenfabrik AG Heidelberg. Gleichzeitig wurde deren Grundkapital von 351 000 auf zwei Millionen Reichsmark erhöht. Die beiden Firmen wurden übernommen, als Abteilungen der Schnellpressenfabrik weitergeführt und behielten zunächst ihren Namen sowie ihr bisheriges Fabrikationsprogramm bei. Die Zusammenarbeit mit der MAG führte bald dazu, dass alle Gießereiarbeiten von Heidelberg nach Geislingen verlagert wurden.

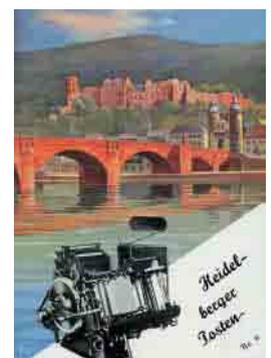
1929 wies das frisch fusionierte Unternehmen einen Gewinn in Höhe von 237 348,96 Reichsmark aus – ein für Vorstand und Aktionäre zufrieden stellendes Ergebnis, zumal die Weltwirtschaftskrise als Folge des Börsenkrachs an der Wall Street erste Schatten warf. Im gleichen Jahr, 1929, gründete die Schnellpressenfabrik die Vertriebs Tochter „Heidelberg Printing Machinery Corp.“ mit Sitz in New York. Sie entwickelte sich laut Geschäftsbericht von 1929 „im Rahmen der dortigen Wirtschaftsverhältnisse einigermaßen befriedigend“.



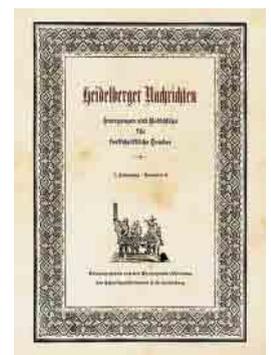
Die Kundenzeitschrift ...



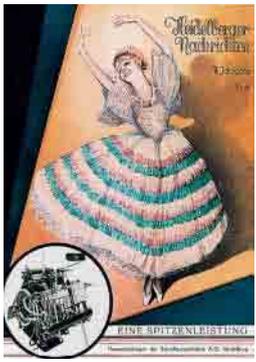
... „Heidelberger ...



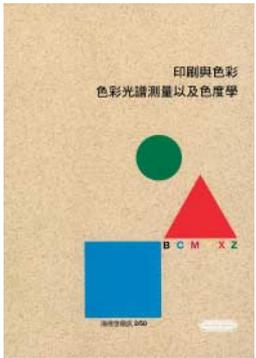
... Nachrichten“ ...



... im Wandel der Zeit.



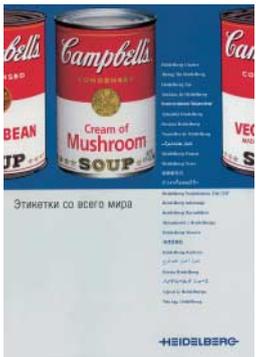
Die Leser erwarten ...



...praxisorientierte ...



... Information ...



... damals wie heute.



Der Kurssturz an der Wertpapierbörse in New York bedeutete nicht nur für einzelne Spekulanten wirtschaftliches Unglück. Die Massenarbeitslosigkeit begünstigte schließlich auch den Aufstieg des Nationalsozialismus in Deutschland.



Weltwirtschaftskrise und Zweiter Weltkrieg

Die deutsche Wirtschaft geriet im Jahr 1930 voll in den Strudel der Weltwirtschaftskrise. Auch die Schnellpressenfabrik Heidelberg blieb von der Depression nicht verschont. Während das Unternehmen 1930 noch mit rund 164 000 Reichsmark genug Gewinn verbuchte, um den Aktionären eine Dividende ausschütten zu können, war schon ein Jahr später nicht mehr daran zu denken; der Gewinn war auf 33 500 Reichsmark zusammenschmolzen. Dazu schrieb der Vorstand:

„Das Krisental ist gegenwärtig ... zu tief und zu breit, als daß wir von der Krise hätten verschont bleiben können. Auch der große Anteil der Ausfuhr an unserem Umsatz (80 %), der uns in früheren Jahren Ausgleichsmöglichkeiten verschaffte, hat bei der Ausdehnung der Krise auf fast die ganze Welt keinen wirksamen Schutz mehr geboten. Wo sich in einigen Ländern noch Kauflust zeigt, haben wir, unterstützt durch gute regionale Vertreter, sie voll ausgenutzt. Der Umsatz unseres Werkes Schnellpressenfabrik ist infolgedessen ... um 10 % gegen das Vorjahr zurückgeblieben.“

Den Tiefpunkt der Krise erreichte das Unternehmen 1932. Dieses Jahr markierte einen entscheidenden Wendepunkt in der Geschichte der Schnellpressenfabrik.

Am 25. August legte Richard Kahn nach fast 16 Jahren sein Aufsichtsratsmandat nieder, da sein Imperium endgültig zusammengebrochen war. Die Deutsche Bank und Diskonto-Gesellschaft sowie die Commerz- und Privatbank übernahmen die Aktienmehrheit der Schnellpressenfabrik und trugen wesentlich dazu bei, den Fortbestand des Unternehmens langfristig zu sichern.

Kahn selbst musste am 2. November 1932 den Offenbarungseid leisten. Über das weitere Schicksal des Unternehmers Kahn ist wenig bekannt. Am 4. April 1933 wurde Kahn in Berlin in „Schutzhaft“ genommen, am 12. April erging gegen ihn ein Haftbefehl wegen mehrerer Konkursverbrechen. Ihm wurde unter anderem vorgeworfen, durch den Verkauf der Aktien der Schnellpressenfabrik nur die Interessen der Großbanken befriedigt zu haben, während die anderen Gläubiger leer ausgegangen seien. In diesem Zusammenhang ermittelten die Justizbehörden auch gegen die Commerzbank und die Deutsche Bank.

Da Kahn Jude war, gingen die Justizbehörden besonders hart gegen ihn vor. Denn er verkörperte das von der NS-Propaganda verbreitete Zerrbild des „jüdischen Spekulanten“. Und zum Zeitpunkt

Der Börsenkrach an der New Yorker Wall Street am 25. Oktober 1929 löste eine weltweite Wirtschaftskrise aus. In deren Folge brach im Jahr 1932 das Kahn-Imperium zusammen. Damit gewann die Schnellpressenfabrik ihre volle Freiheit zurück.



„Tiegel“-Montage in Heidelberg: Auf zwei U-förmigen Fertigungsbändern bewegten sich die Maschinen zur Montage der Einzelteile durch die Halle. Von oben wurden die Klein- teile zugeführt.

seiner Inhaftierung lief ohnehin die erste große Welle antisemitischer Boykottmaßnahmen und Ausschreitungen in Deutschland.

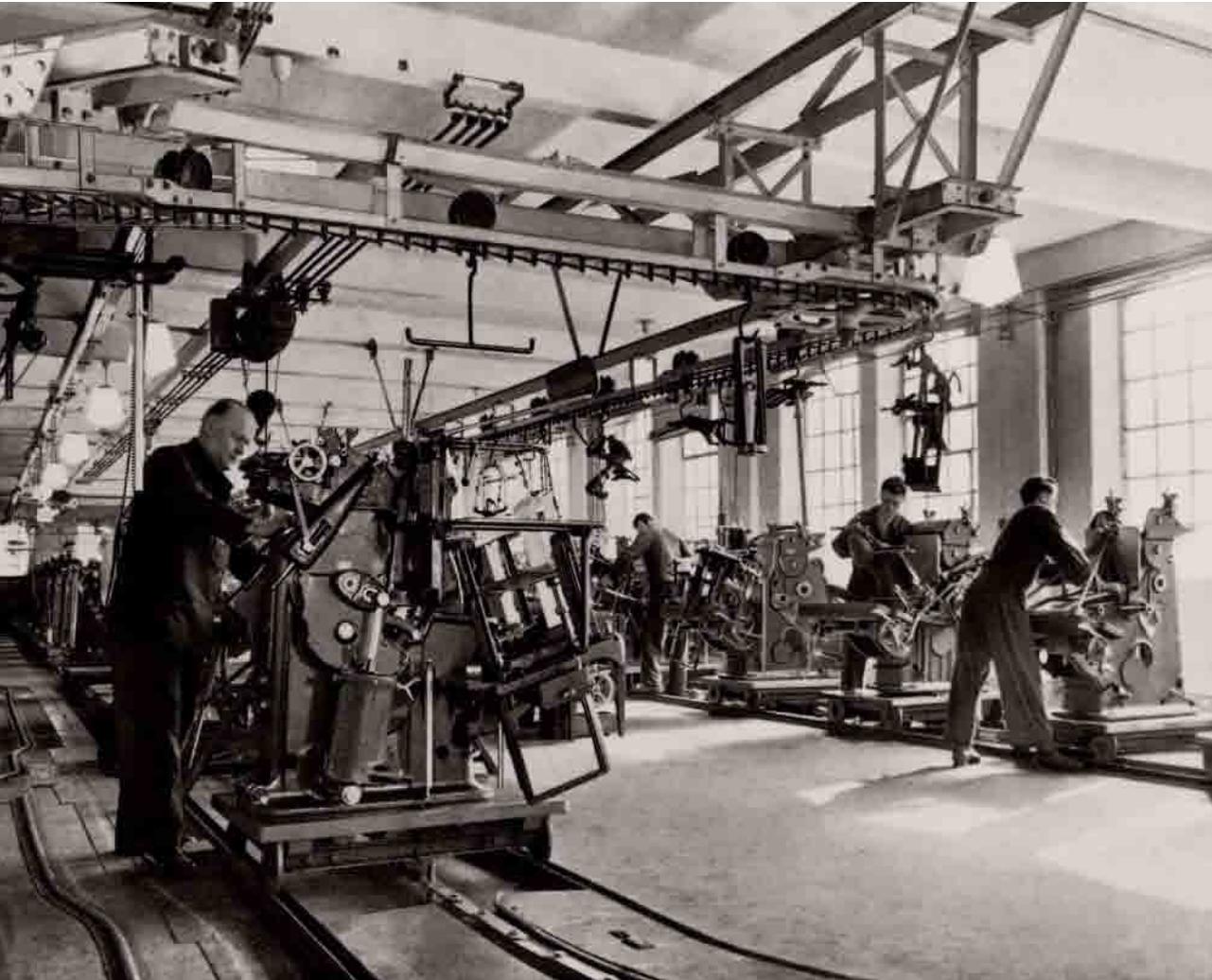
Die Söhne Charles-Henry und Rudolf emigrierten in den 30er Jahren nach Frankreich und Großbritannien. Während des Zweiten Weltkriegs dienten sie in den Armeen der Alliierten und erhielten später die französische beziehungsweise britische Staatsbürgerschaft. Nach Kriegsende machten sie Ansprüche auf „arisiertes“ Eigentum ihrer Eltern in Deutschland geltend und erreichten, dass die Besatzungsmächte die Besitzverhältnisse an der Schnellpressenfabrik überprüften. Die US-Behörden befragten dazu die Vorstandsmitglieder Sternberg und Schwarzländer. Diese konnten allerdings nachweisen, dass die Schnellpressenfabrik bereits im Jahr 1931 aus dem Kahn-Konzern herausgelöst worden war und dies keinen antisemitischen Hintergrund hatte.

Zum Zeitpunkt des Zusammenbruchs des Kahn-Imperiums umfasste der Misch-

konzern insgesamt 27 Unternehmen, darunter Maschinenbaubetriebe, Handelsfirmen, Immobiliengesellschaften sowie Automatenrestaurants. Von allen Unternehmen war die Schnellpressenfabrik das ertragreichste. Gerade mit dem Tiegeldruckautomaten verfügte sie über ein außergewöhnlich erfolgreiches und mit Gewinn zu verkaufendes Produkt.

Kreative Exportoffensive

Die Leitung der Schnellpressenfabrik nahm die Weltwirtschaftskrise nicht passiv hin, sondern reagierte mit einer Doppelstrategie: Zum einem konzentrierten sich die Heidelberger nahezu ausschließlich auf ihre Kernkompetenz – den Bau von Druckmaschinen. Den wenig erfolgreichen Bau des Stock-Kardan-Motorrads stellten sie 1933 ein (siehe auch auf der rechten Seite). Außerdem verkauften sie die Abteilung Maquet, da die Herstellung von Operationstischen und Krankenhausmöbeln nach Ansicht der Vorstandsmitglieder nicht in den Rahmen einer Maschinenfabrik passte. Bei der MAG



Das Stock-Motorrad

Die Fabrikation des Stock-Motorrads durch die Schnellpressenfabrik war der Versuch, in den wirtschaftlich schwierigen Zeiten Anfang der 30er Jahre die Produktpalette zu erweitern. Die Maschine ging auf die amerikanische Marke „Evans“ zurück. Es war ein leichtes Krad mit einem Zweitaktmotor von 119 Kubikzentimeter Hubraum und Kettenantrieb.

1924 erwarb Richard Kahn die Produktionsanlagen und gliederte sie seiner Stock Motorpflug AG, Berlin, an. 1931 wurde die Fertigung nach Heidelberg verlegt.

Unter Entwicklungsingenieur Heus entstand ein robustes Leichtkraft- rad mit Kardan-Antrieb (Welle statt Kette), das sich schnell im Rennsport etablierte.

Die Schnellpressenfabrik bot die „Stock Extra“, die von der Evans abgeleitet war, für 325 Reichsmark an. Die stärkeren Kardan-Versionen kosteten zwischen 775 und 895 Reichsmark. Aber in den schweren Zeiten ließen sich solche Fahrzeuge schwer verkaufen. Trotz des guten Rufs des Stock-Kardan-Motorrads blieb der Absatz weit hinter den Erwartungen zurück. Daher beschloss die Geschäftsleitung, die Fertigung zum Jahresende 1933 einzustellen.

blieben mit den Abteilungen Mühlen-, Turbinen- und Drahtflechtmaschinenbau zwar noch einige fremde Geschäftsfelder erhalten, aber sie verloren nach und nach an Bedeutung.

Zum anderen ergänzte die Schnellpressenfabrik ihre Produktpalette um eine vergrößerte Variante des Tiegeldruckautomaten. Die neue Maschine erhielt den Namen „Der Große Heidelberger“, während der Standardtiegel als „Super Heidelberger“ weiterhin angeboten wurde.

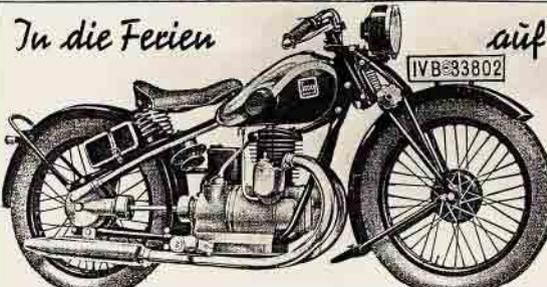
Mitte der 30er Jahre setzte Sternberg voll auf den Aufschwung, vor allem im Export, der mehr denn je zur tragenden Säule des Geschäfts geworden war. Sein Optimismus und pfiﬃge Werbeaktionen rissen die Kunden mit. Wer knapp bei Kasse war, durfte die Maschine in Raten abzahlen. In England genügten schon fünf Pfund Sterling als Anzahlung und der Tiegel wurde vom technischen Dienst der Heidelberger Vertretung betriebsfertig montiert. Jeder fünfte Besteller erhielt eine Einladung nach Heidelberg,

jeder zehnte gewann einen 14-tägigen Sommerurlaub am Neckar.

Zu Hause in Deutschland wurde die positive Stimmung der Geschäftsleitung jedoch 1935 durch politische Maßnahmen des NS-Regimes erheblich getrübt. Da war einmal die so genannte „Anordnung zur Wahrung der Unabhängigkeit des Zeitungsverlagswesens“, die eine systematische Liquidierung privater und nicht systemkonformer Verlage bewirkte. Dazu kam 1935 eine „Marktregulierung im graphischen Gewerbe“.

Während der Absatz von Tiegeldruckautomaten im Inland 1935 um mehr als ein Viertel zurückging, stieg er im Aus-

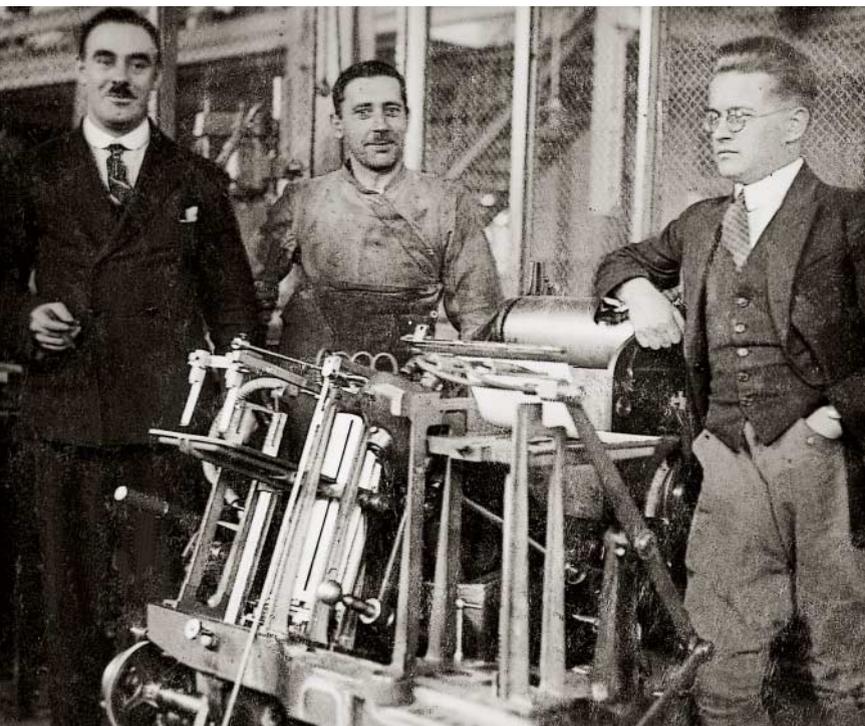
In die Ferien *auf Kardan-Stock*



Die neuen Preise für Modell 1932:

- 200 ccm Touren, mit Licht RM. 775,-
- 200 ccm Luxusmodell, 7 PS, mit Licht, Horn, Uhr, Tachometer, Armaturenbeleucht. RM. 820,-
- 300 ccm Luxusmodell, 11 PS, mit Licht, Horn, Tachometer u. Armaturenbeleucht. RM. 895,-

Vertreternachweis durch:
STOCK-MOTORRAD
Abt. der Schnellpressenfabrik A. G.
Heidelberg



Die Schweizer Vertretung war für die Schnellpressenfabrik vor und nach dem Krieg eine wichtige Stütze. Im Bild rechts ist Chefkonstrukteur Artur Büttner zu sehen, der spätere Entwicklungsvorstand.

land um fast ein Drittel an. Erst nachdem die Verordnung über die Marktregulierung im grafischen Gewerbe 1936 gelockert wurde, entspannte sich die Situation auf dem heimischen Markt.

Die Dominanz des Exports blieb jedoch bestehen. Die Schnellpressenfabrik erzielte im Ausland – nicht zuletzt dank des Einsatzes von Vorführwagen – 60 Prozent ihres Umsatzes, was den NS-Wirtschaftspolitikern gerade recht kam: erwirtschaftete das Unternehmen dadurch doch dringend benötigte Devisen. Vor allem dank des Auslandsgeschäfts erreichte die Schnellpressenfabrik Mitte der 30er Jahre – gemessen am Wert der Produktion – den zweiten Platz unter den deutschen Druckmaschinenherstellern.

Der „Heidelberger Zylinderautomat“

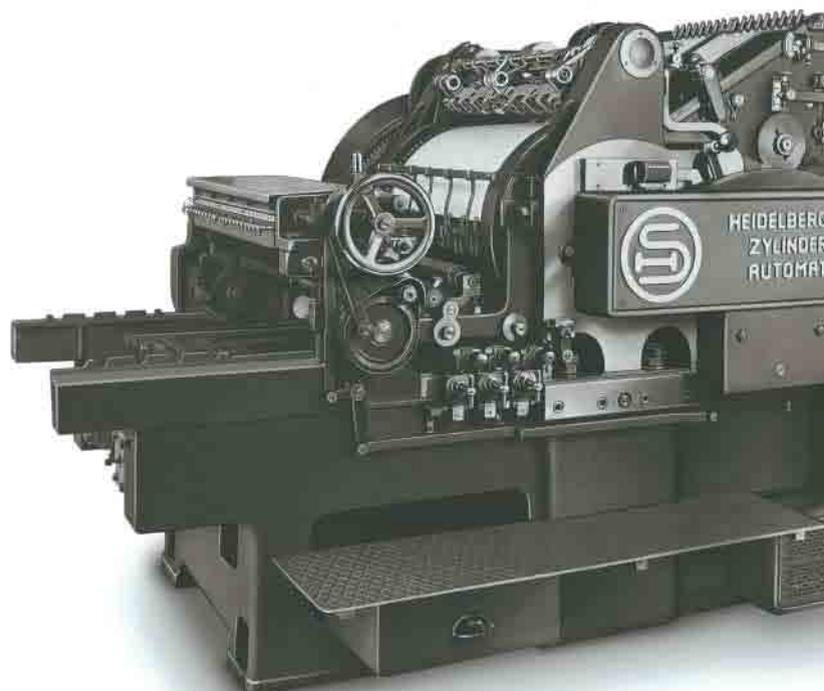
Zur gleichen Zeit stand die technische Entwicklung bei der Schnellpressenfabrik ganz im Zeichen ihrer neuen vollautomatischen Zylinderschnellpresse „Heidelberger Zylinderautomat“.

Mit ihren Tiegelautomaten hatte die Schnellpressenfabrik weltweit eine he-

rausragende Stellung in diesem Marktsegment erreicht. Es lag also nahe, eine moderne Flachformmaschine zu bauen, die größere Formate und Leistungsvolumina abdecken konnte, um damit weitere Marktsegmente zu erschließen. Sternberg und Chefkonstrukteur Artur Büttner entschieden sich für den Antrieb nach dem „korrigierten Eintourensystem“, der in England 1932 unter der Mitwirkung der Londoner Vertretung bis zum Prototyp gediehen war.

Dieser Antrieb bewegte den Karren mit der Druckform nicht gleichförmig, sondern er wurde während des Druckgangs langsamer und beim Zurücklaufen bedeutend schneller. Dadurch verkürzte sich die Karrenrücklaufzeit, so dass sich die Druckgeschwindigkeit insgesamt erhöhte. Ein herausragendes Merkmal des Heidelberger Zylinderautomaten war sein besonders groß und stabil ausgeführter Druckzylinder. Er hatte 540 Millimeter Durchmesser und wog eine Tonne. Auch die übrigen Gruppen der Maschine waren besonders groß und stabil konstruiert. Das ermöglichte im Dauerbetrieb auch mit schwierigen Druckformen eine Höchstgeschwindigkeit von 4 000 Bogen pro Stunde.

Der Heidelberger Zylinderautomat für das Papierformat 46 x 63 cm (DIN A2) wurde der Fachpresse im März 1935 vorgestellt. Seine Vorstapeleinrichtung sparte Rüstzeit, die Saugstangengreifer verbesserten die Bogenführung, drei Auftragswalzen brachten höheres Farbvolumen. Ergebnis: verbesserte Druckqualität in höherer Geschwindigkeit.





Der erste Heidelberger Zylinderautomat konnte nach intensiver Entwicklungsarbeit im März 1935 in der Magdeburger Druckerei Wohlfeld präsentiert werden. Er bedruckte ein maximales Bogenformat von 46 x 63 cm (bald erhöht auf 51 x 66 cm). Fachleute urteilten begeistert: Für die Buchdruck-Formatklasse DIN A2 hatte Heidelberg eine neue Maschinenart mit entscheidenden technischen und wirtschaftlichen Vorteilen geschaffen.

Auf der Internationalen Ausstellung für Druckereiwesen in der Londoner Olympiahalle 1937 gewann der Zylinderautomat weltweite Anerkennung und konnte sich schnell im Markt durchsetzen.

Das wichtigste Produkt blieb aber nach wie vor der Tiegeldruckautomat in den beiden Ausführungen „Super Heidelberger“ und „Großer Heidelberger“.

Im Exportgeschäft gewannen die USA während der 30er Jahre weiter an Bedeutung. Zu der seit 1929 bestehenden Niederlassung in New York eröffnete die Schnellpressenfabrik 1937 eine zusätz-

liche in Los Angeles, um am Wachstum der aufstrebenden Wirtschaftszentren an der Westküste der Vereinigten Staaten teilnehmen zu können.

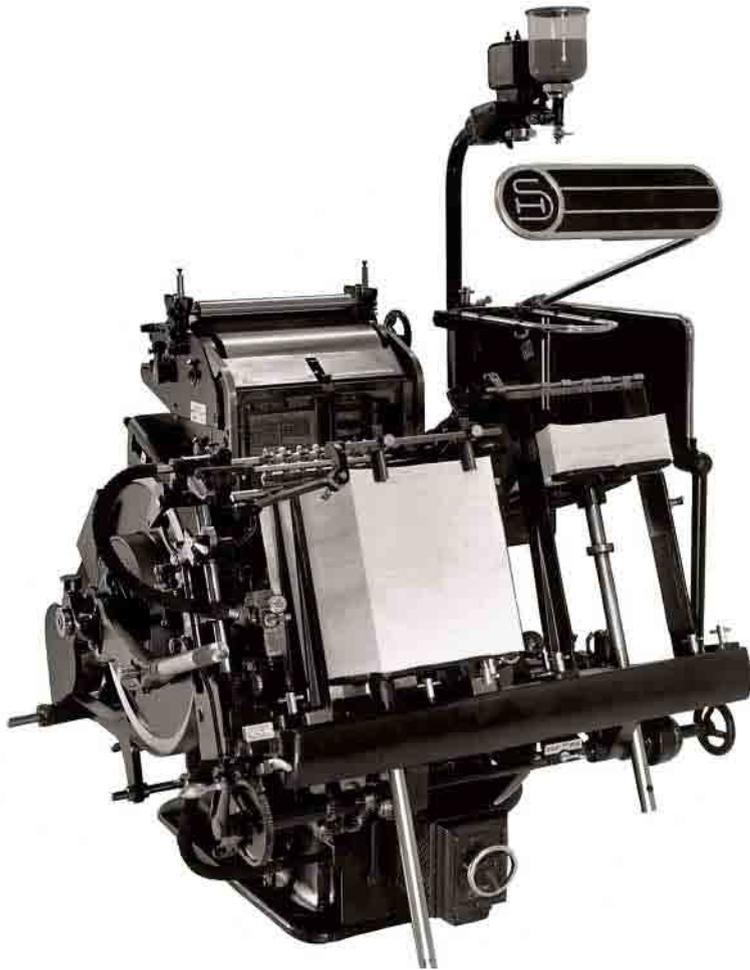
Aber gerade in den USA machte sich ein politisch bedingter Absatzrückgang 1938 zuerst bemerkbar. Boykottmaßnahmen gegen deutsche Produkte als Reaktion auf die Innen- und Außenpolitik der NS-Diktatur und ein um 25 Prozent erhöhter Zoll auf deutsche Waren ab April 1939 brachten die New Yorker Tochtergesellschaft in die roten Zahlen. Insgesamt ging die Zahl der im Ausland verkauften Maschinen 1938 um ein Viertel zurück. Zum ersten Mal seit 1934 blieb der Wert der exportierten Maschinen unter dem der in Deutschland verkauften.

Der Zweite Weltkrieg

Alarmiert vom großen Devisen-Verlust, reiste Sternberg Anfang 1939 in die USA und andere Länder, um die Situation persönlich zu überprüfen. Aber letztlich konnte auch er gegen die Auswirkungen der NS-Politik nichts unternehmen. Es

Während in New York die Wolkenkratzer weiter in die Höhe wuchsen, wurden die USA zu einem der wichtigsten Märkte für die Schnellpressenfabrik. Neben der seit 1929 bestehenden Niederlassung in New York gründete das Unternehmen 1937 eine weitere in Los Angeles.





Die Produktion des „Tiegel“ stand während des Zweiten Weltkriegs weitgehend still. Doch bald nach Kriegsende lief die Fertigung wieder langsam an.

waren nur noch wenige Monate bis zum Beginn des Zweiten Weltkriegs.

Sternberg, 1937 zum Vorstandsvorsitzenden gewählt, sah sein Unternehmen durch den Ausbruch des Zweiten Weltkriegs gefährdet. Obwohl die Schnellpressenfabrik im Sommer 1939 Aufträge für rund 900 Tiegel und 300 Zylinderdruckautomaten in den Büchern hatte, konnte sie einen Großteil davon nicht mehr ausführen.

Zunächst kam der Export zum Erliegen. Großbritannien und Frankreich, beides wichtige Auslandsmärkte, standen jetzt mit Deutschland im Krieg. Dann brach auch der Inlandsmarkt infolge der verschärften Kontingentsbestimmungen für Eisen, Stahl und andere Metalle weg. Da Buchdruckmaschinen für die Kriegswirtschaft nicht wichtig waren, wurde das Material nicht bewilligt. Der Absatz der Schnellpressenfabrik sank dramatisch.

Das Unternehmen, das damals mehrheitlich von der Mannheimer Rheinelektra übernommen wurde, stand vor der schwierigen Aufgabe, einen adäquaten Ersatz für die bisherige Produktion zu finden. Sternberg wollte vermeiden, dass seine Facharbeiter zum Einsatz in Rüstungsbetrieben abgezogen wurden. Er bemühte sich in dieser Situation vorrangig um Aufträge für Drehbänke. Denn sie galten als kriegswichtig und konnten vom Maschinenbaupersonal in Heidelberg und Geislingen hergestellt werden. Die Lizenz für das wichtigste Produkt während der Kriegszeit, die Drehbank D 30, hatte Sternberg von den Junkers-Flugzeugwerken erworben. Dank der Kenntnisse in der Fließfertigung von Druckmaschinen konnte die Schnellpressenfabrik als erstes Unternehmen in Deutschland auch Drehbänke am Fließband herstellen.

So gelang es Sternberg im Dezember 1939, einen ersten Großauftrag für 500 Feindrehbänke von der zu Junkers gehörenden Magdeburger Werkzeugmaschinenfabrik zu akquirieren. Im Januar 1941 folgte ein weiterer für 500 Revolverdrehbänke von der Firma Gebr. Heinemann in St. Georgen.

Die Drehbank vom Typ D 30 wurde hauptsächlich im Flugzeugbau eingesetzt. Außerdem fertigte die Schnellpressenfabrik hydraulische Aggregate für Flugzeuge.

Einsatz von Zwangsarbeitern

Parallel zur Kriegsproduktion trieb Sternberg die Produktion von Druckmaschinen voran, um den technischen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz nicht zu verlieren. Und trotz der Kriegswirren konnte das Unternehmen 1940 und 1941 rund 1 500 Tiegel und 100 „Zylinder“ bauen und ins neutrale Ausland liefern. Ab 1942 war es allerdings mit der Herstellung von Druckmaschinen erst einmal vorbei.

Während die Schnellpressenfabrik in den ersten Kriegsjahren einen Stamm gut geschulter und erfahrener Facharbeiter erhalten konnte, wurden ab 1942

immer mehr Mitarbeiter zur Wehrmacht eingezogen. An ihre Stelle in der Fabrik traten verstärkt Frauen.

Außerdem wurden der Schnellpressenfabrik französische und sowjetische Kriegsgefangene sowie so genannte Ostarbeiter zugewiesen, die in der Sowjetunion zwangsweise rekrutiert worden waren. Daneben beschäftigte das Unternehmen auch einige wenige so genannte Zivilarbeiter, die vermutlich aus den westeuropäischen Nachbarstaaten oder Dänemark stammten. Im Durchschnitt der Jahre 1943/1944 waren knapp ein Viertel aller Beschäftigten der Schnellpressenfabrik ausländische Arbeiter oder Kriegsgefangene. Die Ausländerbeschäftigung erreichte ihren Höhepunkt im Frühjahr 1943. Zum 30. April waren in der Schnellpressenfabrik 30 Ostarbeiter, 39 Ostarbeiterinnen, ein Zivilarbeiter, 38 französische und 40 sowjetische Kriegsgefangene registriert. Über die Lebens- und Arbeitsbedingungen der ausländischen Arbeiter und Kriegsgefangenen ist kaum etwas bekannt. Ihre tägliche Arbeitszeit in der Fabrik betrug zwölf bis dreizehn Stunden.

Die Zwangsarbeiter waren, soweit heute feststellbar, in Sälen verschiedener Gasthäuser Heidelbergs untergebracht. Im Mai 1942 brachte die Schnellpressenfabrik die ersten sowjetischen Kriegsgefangenen in der vom städtischen Forstamt als Kriegsgefangenenlager umgebauten Schlierbacher Gaststätte „Zum Schwarzen Schiff“ unter und zahlte dafür Miete pro Nacht und Bett sowie einen monatlichen Betrag für die Räume der Wachmannschaften. Dazu kamen die Gebühren für die Nutzung städtischer Einrichtungsgegenstände wie Betten, Strohsäcke, Wolldecken, Waschbecken und andere Möbelstücke. Weitere Räume mietete die Schnellpressenfabrik im Gasthaus „Jägerhaus“ an.

Auch das Werk Geislingen beschäftigte Kriegsgefangene. Sie wurden in einem Lager auf dem Gelände der „Grube Karl“ der Gutehoffnungshütte untergebracht, auf dem die MAG eine Baracke angemietet hatte.

Oskar Leroi – NS-Opfer mit ungebrochener Bindung an Heidelberg



Im Jahr 1937 verschärfte die NS-Diktatur die Maßnahmen gegen die deutschen Juden. Eines der erklärten Ziele war die „Entjudung der Wirtschaft“. Davon betroffen waren nicht nur jüdische Unternehmer und Geschäftsinhaber, deren Betriebe und Vermögen „arisiert“ wurden, sondern auch jüdische Angestellte und Arbeiter. Sie wurden systematisch aus ihren Positionen hinausgedrängt.

Auch die Geschäftsleitung der Schnellpressenfabrik dürfte spätestens 1937 von den NS-Machthabern aufgefordert worden sein, jüdische Angestellte und Arbeiter zu entlassen.

Betroffen war davon unter anderen das jüdische Vorstandsmitglied Oskar Leroi. Er wurde am 6. Juli 1876 in Bad Ems geboren. Der gelernte Kaufmann war in den 20er Jahren in leitender Stellung im Kahn-Konzern tätig.

Zusammen mit Sternberg wurde Leroi im Juli 1926 in den Vorstand der Schnellpressenfabrik berufen, wo er hauptsächlich für die Bereiche Einkauf, Nachkalkulation und Personalwesen zuständig war.

1937 war der Druck auf die Unternehmensleitung so massiv geworden, dass am 31. März der Aufsichtsratsvorsitzende Max H. Schmid ein Gespräch mit Leroi führte und ihm den vorzeitigen Ruhestand zu vergleichsweise günstigen Konditionen anbot. Daraufhin schied Leroi Ende Dezember 1937 aus dem Unternehmen aus. Für das Jahr 1937 erhielt er unverändert sein Monatsgehalt von 2 000 Reichsmark sowie eine Tantieme von 64 000 Reichsmark. Ab Januar 1938 sollte ihm die Gesellschaft ein lebenslanges Ruhegehalt in Höhe von 900 Reichsmark pro Monat zahlen.

Die Geschäftsleitung war sich offenbar bewusst, dass die mit Leroi getroffene Vereinbarung gegen den Geist der NS-Rassenpolitik verstieß, denn der Originalvertrag mit Oskar Leroi wurde, wie es in einem späteren Schreiben heißt, „den damaligen Umständen entsprechend vernichtet“.

Oskar Leroi emigrierte im August 1939

nach Frankreich und ließ sich in Saint-Yrieix südlich von Limoges nieder. Auch nach der Emigration zahlte die Schnellpressenfabrik Lerois Pension weiter auf dessen Konto bei der Deutschen Bank in Heidelberg ein, bis ihr dies im April 1940 von den Behörden endgültig untersagt wurde. Lerois Bankguthaben wurden beschlagnahmt und an das Finanzamt Heidelberg abgeführt.

Rund ein Jahr nach Ende des Zweiten Weltkriegs, im März 1946, kam ein Kontakt zwischen Leroi und Sternberg zustande. Leroi strebte seine Rückkehr nach Heidelberg an. Sternberg sicherte ihm seine Unterstützung zu – sowie die Zahlung der Pension rückwirkend ab April 1940.

Im Dezember 1949 kehrte Leroi nach Heidelberg zurück und bezog wieder sein Haus in der Bergstraße. Die Schnellpressenfabrik leistete bis 1950 die ausstehenden Pensionszahlungen. Lerois monatliche Bezüge wurden jährlich auf der Basis des Tarifgehalts erhöht. So konnte er die Jahre bis zu seinem Tod im März 1962 in finanzieller Sicherheit verbringen.



ORIGINAL HEIDELBERG



Heidelberg blieb von Bombardierungen verschont, weil die Amerikaner hier ihre Militärverwaltung einrichten wollten. Am 30. März 1945 rückten die US-Truppen ein.

Auf dem Weg zum Weltmarktführer

Am 30. März 1945 marschierten amerikanische Truppen in Heidelberg ein und übernahmen die Stadt kampflos. Zum Glück blieb sie fast ganz von Bombenangriffen verschont und weitgehend unzerstört. Auch die Schnellpressenfabrik hatte den Zweiten Weltkrieg ohne Beschädigung überstanden. Für das Unternehmen bedeutete der Zusammenbruch des NS-Regimes und der Übergang der politischen Macht an die US-Militärregierung auch das Ende der Produktion für die Rüstungsindustrie. Die Feindrehbank D 30 wurde zwar nach Kriegsende zunächst für die zivile Industrie weiter produziert, die Nachfrage im zerstörten Deutschland war jedoch noch so gering, dass Personal entlassen werden musste. Ihren Tiefpunkt erreichte die Beschäftigung im Juli 1945 mit nur noch 208 Mitarbeitern im Werk Heidelberg.

Der Neubeginn hing im Wesentlichen von den Beziehungen zu den US-Behörden ab. Zu ihren Repräsentanten konnte Sternberg ausgesprochen rasch ein Vertrauensverhältnis aufbauen. Die Ausgangssituation war auch deshalb günstig, weil die Amerikaner ebenfalls ein Interesse daran hatten, den Druck-

maschinenhersteller Schnellpressenfabrik Heidelberg funktionsfähig zu halten. Bereits am 5. April 1945 erteilte die Militärregierung die Anweisung an die US-Einheiten, die Fabrik weder zu besetzen noch Ausrüstung und Material zu beschlagnahmen oder zu zerstören.

Kurz darauf, schon am 20. April, unterzeichneten Hubert H. A. Sternberg und sein Vorstandskollege Dr. Ludwig Henrici eine Loyalitätserklärung gegenüber den Besatzungsbehörden, in der sie sich unter anderem verpflichteten, keinen Zusammenschluss ehemaliger Nationalsozialisten im Unternehmen zu dulden. Da die Geschäftsleitung politisch unbelastet war, wurde die Schnellpressenfabrik im Gegensatz zu anderen führenden Heidelberger Firmen nicht unter „property control“ gestellt. Am 2. Mai 1945 durfte sie wieder arbeiten.

Die Produktion begann in äußerst bescheidenem Rahmen und konzentrierte sich zunächst auf die Herstellung von Ersatzteilen und die Reparatur von im Krieg beschädigten Heidelberger Tiegeln und Zylinderautomaten. Außerdem fertigte die Schnellpressenfabrik Drehbänke. Als dann ab 1947 die Tiegelproduktion wieder aufgenommen wurde, hatten die Verantwortlichen gegen den großen Man-

Einer der ersten Höhepunkte für die Druckindustrie und die Druckmaschinenhersteller nach dem Zweiten Weltkrieg war die Internationale Messe Druck und Papier (Drupa) in Düsseldorf. Sie ersetzte – vor allem auf Betreiben Sternbergs – die bis 1938 in Leipzig veranstaltete Messe für Buchdruckgewerbe und Graphik (Bugra).

Mit der Währungsreform und dem Ende der „Zwangswirtschaft“ 1948 konnte die Schnellpressenfabrik wieder erfolgreich ihre Geschäftsbeziehungen im In- und Ausland für den wirtschaftlichen Aufschwung nutzen. Jeder Bürger hatte Anspruch auf 40 Deutsche Mark, die persönlich in Empfang genommen wurden.



gel an Rohstoffen und gegen Engpässe im Transportwesen zu kämpfen. Die Zylinderproduktion begann erst 1949 wieder.

Sternberg genoss bei den höheren US-Offizieren großes Ansehen: Sein Haus am Philosophenweg stand ihnen immer offen. Die Pflege dieser guten Beziehungen zahlte sich besonders aus, als ein britischer „Such-Experte“ in der Schnellpressenfabrik auftauchte, um wichtige Dokumente über sämtliche Heidelberger Druckmaschinentypen mitzunehmen.

Sternberg, von seinen amerikanischen Freunden vorgewarnt und informiert, dass ein solcher „Sucher“ vom US-Kommando nicht geschützt sei, wies die Forderungen des englischen Majors energisch zurück. Der Patent-„Sucher“ musste unverrichteter Dinge abrücken.

Wiederaufnahme der Auslandskontakte

Dank seiner guten Kontakte zur Schweiz konnte Sternberg diesen diplomatisch neutralen Boden nutzen, um das Auslandsgeschäft wieder anzukurbeln. Mit einer Sondergenehmigung fuhr er 1947 in die Eidgenossenschaft und traf sich dort mit Vertretern aus Frankreich, den Niederlanden, Belgien, Skandinavien und Großbritannien. Sie sicherten Sternberg zu, den großen Nachholbedarf an Druckmaschinen tatkräftig zu nutzen und für Aufträge an die Schnellpressen-

fabrik zu sorgen. Auf Sternbergs Tauschhandel-Vorschlag „Maschinen gegen Naturalien“ hin erklärten sie sich spontan bereit, Kleidungsstücke und Nahrungsmittel wie Butter, Margarine, Kakao, Kaffee, Schokolade, Fisch und Schweinefett nach Heidelberg zu liefern. Denn wie der Großteil der Heidelberger Bevölkerung litten auch die Arbeiter und Angestellten der Schnellpressenfabrik unter dem Mangel – vor allem im Hungerjahr 1947.

Sowohl die Geschäftsleitung als auch der Betriebsrat bemühten sich, die Not zu lindern. Sie pachteten Gärten und Ackerland, um Kartoffeln, Obst und Gemüse für die Werksküche anzubauen. Sternberg ließ auch einen Vorführwagen auf Holzgasbetrieb umrüsten – Benzin gab es nicht –, um mit ihm Lebensmittel für die Belegschaft herbeizuholen. Mit den Tauschwaren und den selbst angebauten Nahrungsmitteln konnte das Unternehmen seinen Mitarbeitern ein ordentliches Mittagessen in der Kantine anbieten. Diese „Sternberg-Speisung“ war bald in ganz Heidelberg bekannt und machte die Arbeitsplätze bei der Schnellpressenfabrik – neben denen im Zivilbereich des US-Militärs – zu den begehrtesten in der Stadt.

Als Berater in Exportangelegenheiten bei der amerikanischen Ein- und Ausfuhrgesellschaft und dank der Lieferwünsche seiner Auslandsvertreter er-

reichte Sternberg, dass deutsche Exportfirmen anteilig für ihren Exportumsatz Bezugsrechte erhielten – „Bonus A“ und „Bonus B“. Bonus A ermöglichte den direkten Import von Rohstoffen, Fertigerzeugnissen und Maschinen; Bonus B sicherte der Belegschaft Lebensmittel, Textilien, Wolle, Strümpfe und sonstigen lebenswichtigen Bedarf. Die Nachfrage nach den anders kaum zu beschaffenden Nahrungsmitteln und auch Bekleidungsstücken war so stark, dass extra die Stelle eines „Bonus-Bevollmächtigten“ eingerichtet wurde. Noch heute erinnern sich Pensionäre der Schnellpressenfabrik an „Bonus-Schmidt“, der diese Stelle betreute. Die durch Überstunden erworbenen Bonuspunkte konnten die Mitarbeiter einmal im Monat am Samstag gegen Waren eintauschen.

Die Mangelwirtschaft in den ersten Nachkriegsjahren änderte sich erst nach der Währungsreform am 21. Juni 1948. Im Geschäftsbericht für das Jahr 1948 ist zu lesen:

„Die Aufhebung der Zwangswirtschaft mit ihren vielen bürokratischen Hemmungen und Erschwerungen wurde überall als Erlö-

sung empfunden. Die Arbeit hatte, im Gegensatz zu früher, wieder Sinn und Wert bekommen. Damit stieg auch die Arbeitsleistung. Die günstigen Folgen der Währungsreform begannen sich alsbald auch in unserem Geschäftszweig auszuwirken. Die Nachfrage nach unseren Maschinen war nicht nur im Inland, sondern in fast allen Auslandsmärkten sehr rege.“

Auch für die Mitarbeiter bedeutete die Währungsreform einen Aufbruch: Sie erhielten vom Unternehmen zinslose Darlehen, um längst überfällige Anschaffungen zu finanzieren. Das Darlehen konnten sie in 50-DM-Raten monatlich zurückzahlen.

100-jähriges Firmenjubiläum

Schon im Geschäftsjahr 1949 begann für die Schnellpressenfabrik Heidelberg das „Wirtschaftswunder“ – eine Phase ständig steigender Umsätze und Gewinne, die bis in die zweite Hälfte der 60er Jahre anhielt. Die Trendwende nach der Währungsreform beflügelte die Stimmung der gesamten Belegschaft beim 100-jährigen Firmenjubiläum 1950. Zur gleichen Zeit beging auch das Werk Geis-

Dr. Ludwig Henrici – die Seele des Hauses

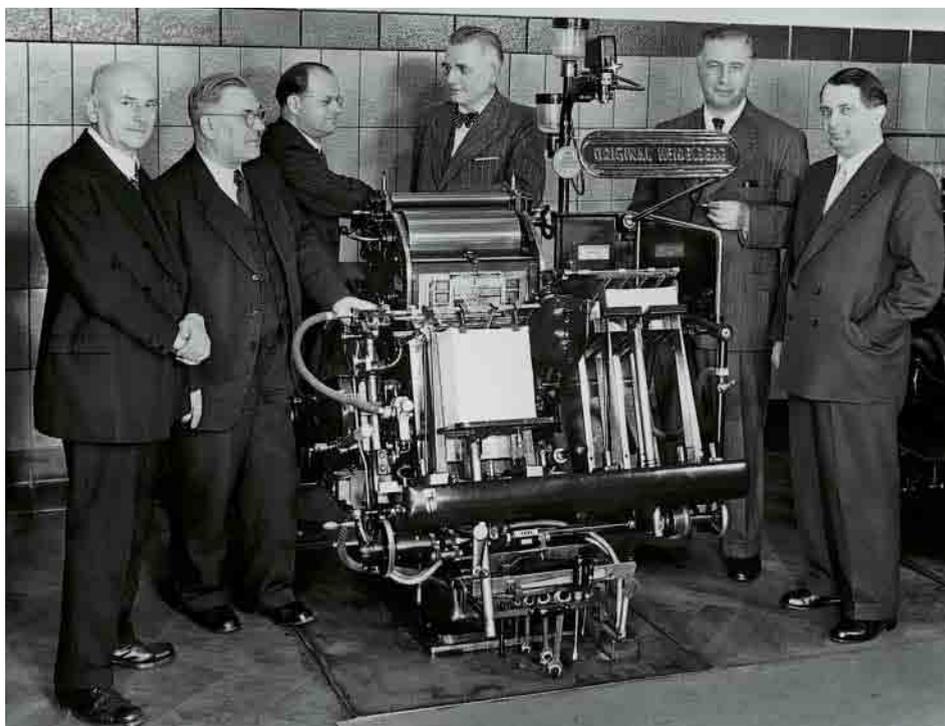


Oskar Lerois Nachfolger als Vorstand der Schnellpressenfabrik wurde Dr. Ludwig Henrici. Am 1. Februar 1896 in Neckarbischofsheim geboren, machte er 1914 am Karl-Friedrich-Gymnasium in Mannheim Abitur und diente anschließend als Kriegsfreiwilliger. Von 1919 bis 1921 studierte Henrici an den Universitäten Heidelberg und München Rechtswissenschaft und Volkswirtschaftslehre.

Am 1. Dezember 1923 trat der promovierte Jurist bei der Schnellpressenfabrik Heidelberg als Syndikus ein. 1925 übernahm Henrici zusätzlich die kaufmännische Leitung der MAG, zwei Jahre später dann deren Gesamtleitung. Da er über diese Position hinaus keine Aufstiegsmöglichkeiten mehr fand, verließ er im August 1931 das Unternehmen und wechselte in die Zementindustrie. Ab 1934 war er als Rechtsanwalt in Stuttgart tätig, bis er am 1. Dezember 1937 als Vorstand zur Schnellpressenfabrik zurückkehrte, um die Arbeitsgebiete Lerois zu übernehmen.

In den 27 Jahren enger Zusammenarbeit im Vorstand galt Sternberg als Geist und Henrici als Seele des Unternehmens. Ende 1964 trat Henrici in den Ruhestand.

Die schlechten Zeiten waren vorbei. Mit Beginn der 50er Jahre erlebte die Schnellpressenfabrik das Wirtschaftswunder. Die damaligen Führungskräfte des Unternehmens (v. l.): Vorstand Ernst Schwarzländer, Technischer Direktor Friedrich Frank, Konstruktionsschef Artur Büttner, Verkaufs- und Werbeleiter Matschat, Vorstandsvorsitzender Hubert H. A. Sternberg und Kaufmännischer Vorstand Dr. Ludwig Henrici.





Im Oktober 1950 feierte die Schnellpressenfabrik ihr 100-jähriges Bestehen. Der Festakt mit mehr als 200 Gästen fand in der „Zylinderhalle“ statt, die von den Mitarbeitern in der Nacht davor geräumt wurde. Generaldirektor Sternberg begrüßte Wirtschaftsminister Ludwig Erhard als Festredner.

lingen, die vormalige MAG, sein 100-jähriges Bestehen. In der Woche vom 9. bis zum 14. Oktober feierten die Mitarbeiter, Kunden und Gäste des Unternehmens mit mehreren Veranstaltungen in Heidelberg und Geislingen das Ereignis.

Festredner war Wirtschaftsminister Ludwig Erhard, ein enger Freund Sternbergs. Mehr als 200 Gäste aus aller Welt nahmen am Festakt teil. Anschließend besichtigten die ausländischen Vertreter das Heidelberger Werk und fuhren dann mit einem Sonderzug der Deutschen Bundesbahn nach Geislingen.

Doch vor Beginn der Feierlichkeiten an einem Freitag hatten die Heidelberger Mitarbeiter noch einen gewaltigen Kraftakt zu bewältigen: Nach Arbeitsschluss am Donnerstag räumten sie über Nacht die Heidelberger „Zylinderhalle“ leer, in der am nächsten Tag der Festakt stattfinden sollte. Am Freitagmorgen dekorierten Gärtner die Halle, bald darauf konnten Wirtschaftsminister Erhard,

Sternberg und seine Vorstandskollegen Dr. Ludwig Henrici und Ernst Schwarzländer in die festlich geschmückte Halle einziehen.

Während des Firmenjubiläums konnten sich die Mitarbeiter auch über die Einführung der betrieblichen Altersversorgung freuen. Außerdem erhielten alle Beschäftigten einen zusätzlichen Monatslohn als Gratifikation.

Zum Abschluss der Festtage wurden die damals fast 750 Mitarbeiter und ihre Familien am 14. Oktober 1950 zu einer großen Party ins Heidelberger Schloss eingeladen. Namhafte Künstler sorgten für bunte Unterhaltung. Zum Abschluss der Feier erhellte ein eindrucksvolles Feuerwerk die Stadt.

Die erste Drupa in Düsseldorf

Zum Zeitpunkt des Firmenjubiläums ging ein verbessertes Modell des Tiegeldruckautomaten in die Fertigung, das dem Heidelberger Tiegel eine erhöhte Druckgeschwindigkeit von 5 000 Bogen je Stunde ermöglichte. Um sie von nicht genehmigten Kopien aus der Tschechoslowakei abzuheben, bekamen die Maschinen den Markennamen „Original Heidelberg“. Ein halbes Jahr später wurden sie dem Fachpublikum auf der Internationalen Messe für Druck und Papier – kurz Drupa genannt – in Düsseldorf vorgestellt. Diese erste große Fachmesse der grafischen Industrie in Deutschland seit 1938 ersetzte die Leipziger Messe für Buchdruckgewerbe und Graphik (Bugra) der Vorkriegszeit.

Einer der maßgeblichen Initiatoren der Drupa war Sternberg, der von 1951 bis 1972 als Präsident das Messekomitee leitete. Er entwickelte eine aufwändige Werbekampagne, die auf Anrieb über 300 000 Besucher aus dem In- und Ausland anzog. Für den eindrucksvollen Besucherstrom sorgte Sternberg auch dadurch, dass alle in- und ausländischen Vertretungen der Schnellpressenfabrik eine bestimmte Zahl von Kunden zur Drupa mitbringen mussten. Kein Vertreter wagte, das Soll zu unterschreiten.

Zuvor hatte Sternberg mit sanftem Druck auch dafür gesorgt, dass die Stadt Düsseldorf und die Düsseldorfer Messgesellschaft geeignete Hallen für das Großereignis errichteten. Ein beiläufiger Hinweis Sternbergs, auch Frankfurt habe Interesse an der Drupa, beflügelte sicher das Düsseldorfer Entgegenkommen.

Im wechselnden vier- und fünfjährigen Turnus entwickelte sich die Drupa unter Sternbergs Regie zur weitaus größten und wichtigsten Fachmesse der Welt für die gesamte Produktionskette gedruckter Information.

Der Bau des Werks Wiesloch

Als zu Beginn der 50er Jahre das Wirtschaftswunder, mit stark steigenden Aufträgen für die Schnellpressenfabrik begann, war klar, dass die vorhandenen Gebäude in Heidelberg nicht mehr lange ausreichten. Trotz Erweiterungen zwischen 1951 und 1954 wurden weitere Kapazitäten dringend benötigt.

Gleichzeitig veränderte sich auch die infrastrukturelle Gesamtsituation der Schnellpressenfabrik grundlegend. Von entscheidender Bedeutung war dabei die Verlegung des Hauptbahnhofs, die schon seit den 20er Jahren geplant war, aber erst zwischen 1950 und 1955 realisiert wurde. Mit dem Entfernen der Bahngleise, die durch die Stadt führten, verlor die Schnellpressenfabrik ihren direkten Bahnanschluss und damit einen wichtigen logistischen Vorteil. Ab nun mussten die Güterwaggons mit Culemeyer-Strassenrollern der Bundesbahn vom Güter-

Fortsetzung auf Seite 66

Drei Generationen, ein Arbeitgeber: Die Schnellpressenfabrik stellte bevorzugt den Nachwuchs von Mitarbeitern ein. So auch bei der Familie Feigenbutz.



Drupa – Marktplatz der Druckindustrie

Seit 1951 gibt es die vom Heidelberger Firmenchef Sternberg initiierte Internationale Messe Druck und Papier – Drupa – in Düsseldorf. Für Heidelberg bedeutete jede Drupa einen Meilenstein in der Entwicklung des Produktangebots. Neuheiten und Verbesserungen kommen zwar ständig auf den Markt, und auch auf anderen Leistungsschauen glänzt der weltgrößte Druckmaschinenhersteller mit bislang nicht gezeigten Innovationen. Aber die Drupa bleibt unbestritten das wichtigste Datum der Branche.

Auf den ersten Düsseldorfer Messen, 1951, 1954 und 1958, konnte das Unternehmen vor allem marktgängige Weiterentwicklungen des Original Heidelberg Zylinders (OHZ) sowie der schon damals legendären und nach wie vor leistungsstarken Tiegelautomaten präsentieren. Die vierte Drupa markierte 1962 den Einstieg der Heidelberger Druckmaschinen AG in den Offsetdruck: Heidelberg stellte seine erste Offsetmaschine vor, das Modell KOR im Format 40 x 57 cm.

Leistungssteigerungen und zusätzliche Formate für alle Modelle sowie neue Maschinen, beispielsweise die erfolgreiche GTO, waren die Höhepunkte der Düsseldorfer Branchenschau 1967, 1972 und 1977. Besonderes Aufsehen aber erreichte 1977 – neben der bereits 1974 auf der Print in Chicago präsentierten



Wirtschaftsminister Erhard ließ sich auf der Drupa 1951 den „Tiegel“ zeigen.

ersten Speedmaster – die Heidelberger Computer Print Control CPC, eine neue elektronische Farbsteuerung für Bogen- und Rollenoffsetmaschinen.

Schon auf der folgenden Drupa, 1982, wagte sich Heidelberg mit seiner ersten 8-Seiten-Rollenoffsetrotation auf weiteres Neuland vor. Ebenfalls auf der Drupa vorgestellt, folgte 1986 die Web 16, eine Rollen-

offsetanlage für 16 Seiten. Der Innovationschub, den die Elektronik mit sich brachte, prägte den Heidelberg-Auftritt auf der 10. Drupa 1990. Die Fachwelt war beeindruckt von den ersten volldigitalisierten Maschinen, von der zentralen Kontroll-, Steuer- und Diagnoseelektronik CP Tronic, der neuen elektronischen Registerkontrolle und dem spektralen Farbmesssystem.

Fast ausschließlich Produktneuheiten, sowohl im Bogen- als auch im Rollenoffset, zeigte Heidelberg auf der Drupa 1995.

Auf der 12. Drupa im Jahr 2000 stellt sich Heidelberg erstmals als Lösungsanbieter vor und zeigt eine neue Dimension des digitalen Druckens sowie eine revolutionäre Zeitungsrotationsmaschine.



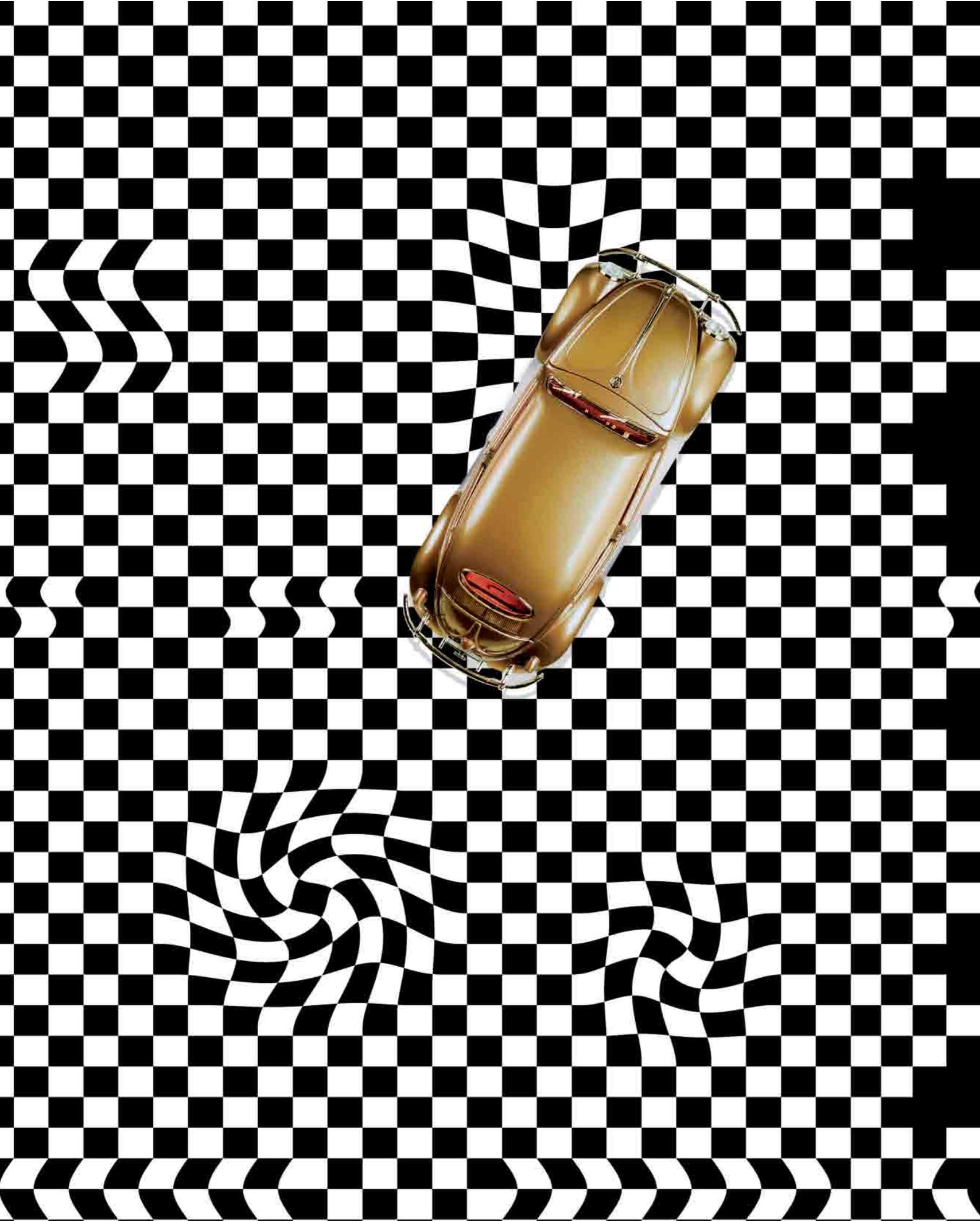
Das Plakat der ersten Drupa 1951 in Düsseldorf.

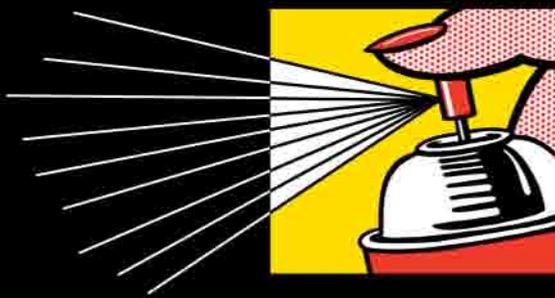
Kalter Krieg, Mondflug, Beatles und Op-Art – die wilden 60er

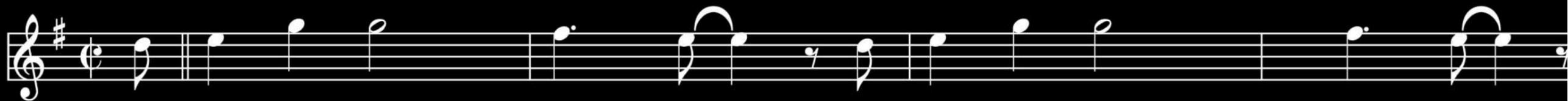
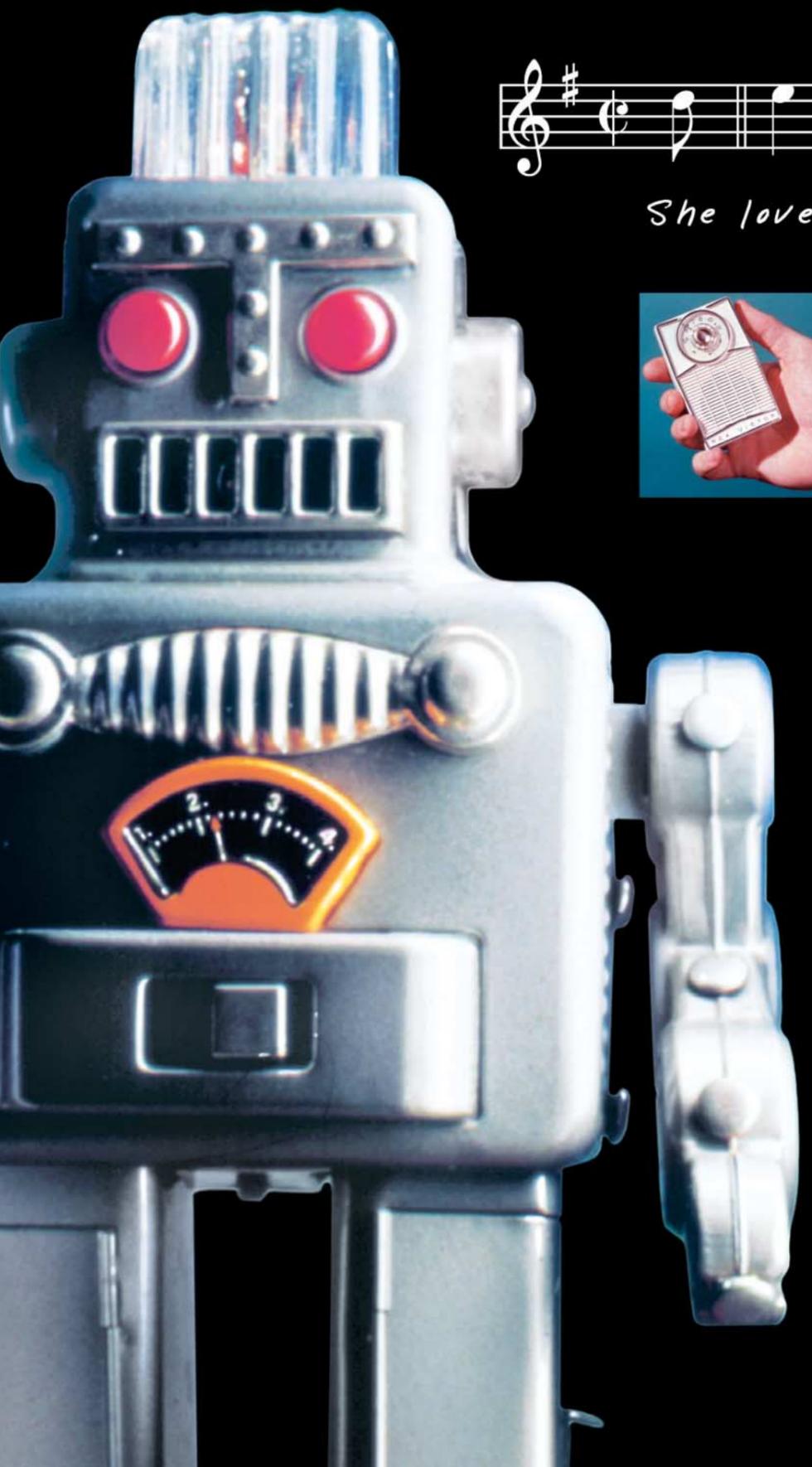
In den 60er Jahren vollzieht sich ein tief greifender gesellschaftlicher Wandel.

Eine neue Generation begehrt gegen verkrustete Strukturen auf, sucht nach neuen Lebensformen

und Vorbildern. Während die Beatles „Yeah, Yeah ...“ singen, entwickelt sich an der amerikanischen Westküste die Flower-Power-Bewegung. In den großen Städten der westlichen Welt demonstriert die Jugend, Bürgerrechtler um Martin Luther King marschieren durch die Metropolen der USA. Die Kuba-Krise hält die Welt in Atem. Der erste Mensch betritt den Mond. In Berlin bauen die ostdeutschen SED-Regenten die Mauer und zementieren die Teilung Deutschlands. Der Mord an John F. Kennedy stürzt die Welt in tiefe Trauer. Kunst, Pop und Alltägliches finden in Protagonisten wie Andy Warhol und Roy Lichtenstein eine Synthese.







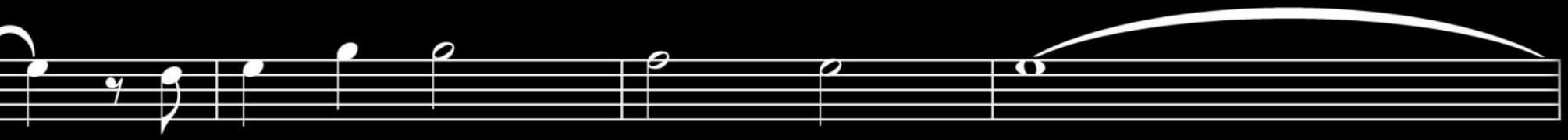
She loves you, yeah,

yeah, yeah.

She loves you, yeah,

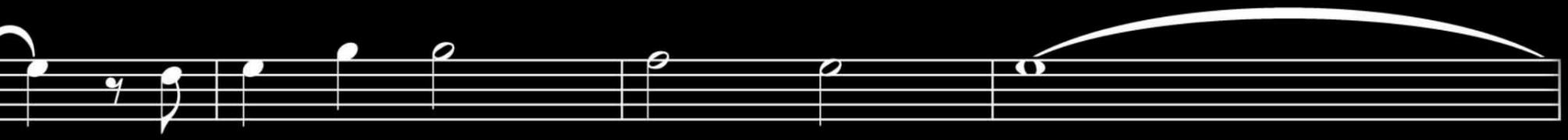
yeah, yeah.





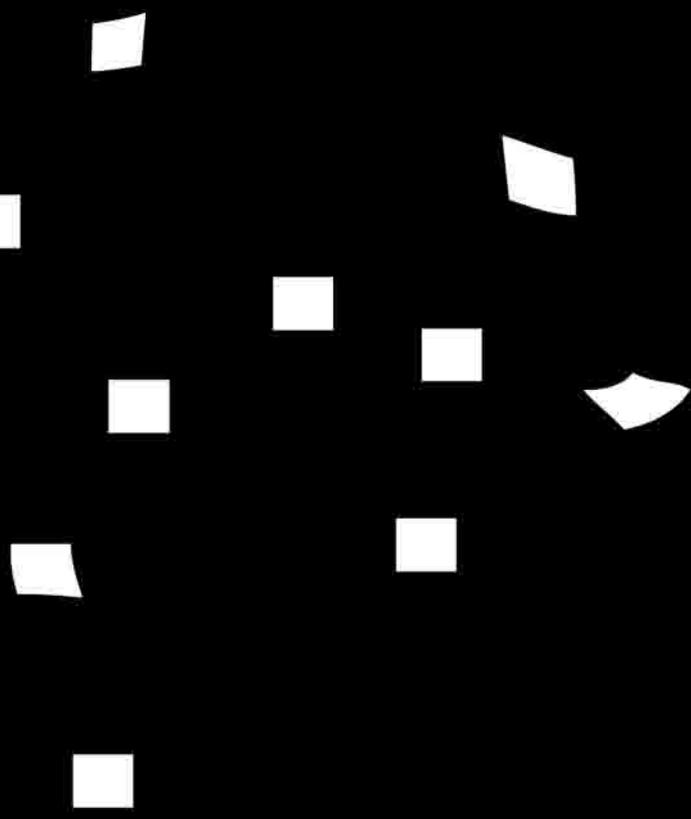
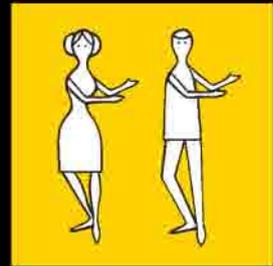
ah. She loves you, yeah, yeah, yeah, yeah.





ah. She loves you, yeah, yeah, yeah, yeah.





Nomen Mailer
Nymbaumod Ali
Nöchivil

HT 2/202
07 III-552.

Am Thun

Martin Luther King Jr.

Fredrickson

New York

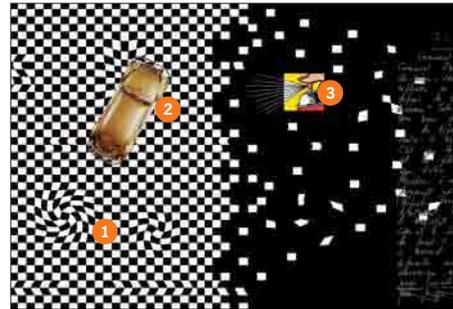


DIE SECHZIGER JAHRE

- 1 Op-Art im Stil von Vasarély.** Diese Kunstrichtung hat in den späten 60ern ihre Blüte.
- 2 Der VW-Käfer** wird zum erfolgreichsten deutschen Auto aller Zeiten.
- 3 Roy Lichtenstein, „Spray“**, 1962. Ästhetik aus dem Alltag.

- 6 Das Pocketradio** setzt ab 1960 zum Siegeszug an.
- 7 Mauerbau in Berlin.** 1961 schottet das Regime der damaligen DDR den Ostteil Berlins von den drei westlichen Sektoren mit Beton und Stacheldraht ab.
- 8 Der Big Mac** erobert ab 1968 die Mägen der Fast-Food-Freunde.

- 16 Nikita Chruschtschow.** Der Schuh des sowjetischen Regierungschefs, mit dem er 1961 in der UNO-Vollversammlung auf den Tisch schlug.

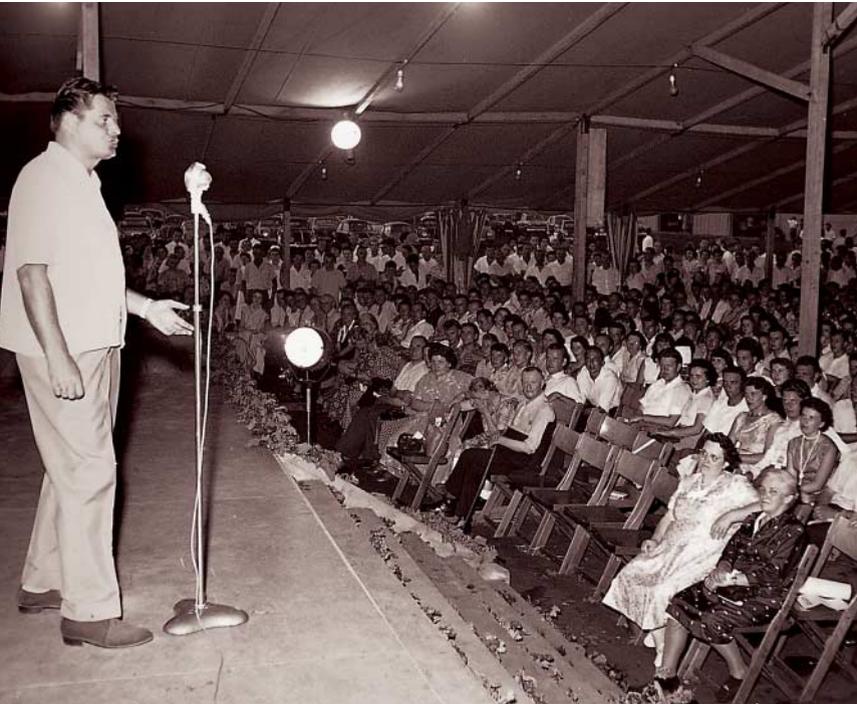


- 4 Erste Blechroboter.** Sciencefiction nimmt 1961 Gestalt an.
- 5 Die Beatles.** Mit „She Loves You“ landen die Liverpooler Pilzköpfe 1964 ihren ersten Welthit.
- 9 Peace.** Flower Power erobert große Teile der westlichen Jugend.
- 10 Alfred Hitchcock.** Der Meister des Krimis dreht Thriller wie „Die Vögel“ und „Psycho“.
- 11 Barbies Freund Ken** erblickt 1961 „das Licht der Welt“.

- 12 Andy Warhol.** Seine Tomato Soup macht 1964 auch die Marke Campell weltberühmt.
- 13 Die BMW Isetta** sorgt Anfang der 60er Jahre für Furore auf deutschen Straßen.
- 14 Marilyn Monroe.** Die vielumschwärmte Filmdiva stirbt im Jahr 1962.
- 15 „Star Trek“.** Die Fernsehserie aus dem Weltall fesselt das TV-Publikum.
- 17 Mondlandung.** Neil Armstrong landet 1969 als erster Mensch auf dem Erdtrabanten.
- 18 Rudi Gernreichs Bademode** sorgt für Aufsehen.
- 19 Der Cadillac Eldorado.** Inbegriff des amerikanischen Straßenkreuzers.
- 20 Jean-Paul Sartre** schlägt 1964 den Nobelpreis aus.
- 21 Twist.** Der Tanz erobert zu Beginn der 60er sogar die seriösen Tanzschulen.

Signaturen

- 22 Norman Mailer,** Schriftsteller und Journalist.
- 23 Muhammed Ali,** amerikanische Boxlegende.
- 24 Ho Chi Minh,** vietnamesischer Kommunist und Freiheitskämpfer.
- 25 Nikita Chruschtschow,** sowjetrussischer Staats- und Parteichef.
- 26 John F. Kennedy,** amerikanischer Präsident.
- 27 Martin Luther King,** amerikanischer Bürgerrechtler.
- 28 Fidel Castro,** kubanischer Revolutionär und Staatschef.
- 29 Neil Armstrong,** amerikanischer Astronaut.
- 30 Mont Blanc Füller.** Beliebtes Schreibgerät dieser Zeit.



Fortsetzung von Seite 55

bahnhof Heidelberg ins Werksgelände und zurück befördert werden.

Darüber hinaus plante die Stadtverwaltung die Anlage einer neuen, repräsentativen Straße vom Bahnhof ins Stadtzentrum – mit freier Sicht auf das Heidelberger Schloss und die umliegenden Berghänge. Diese Pläne kollidierten mit der Absicht der Schnellpressenfabrik, ein fünfstöckiges Gebäude auf ihrem Gelände zu errichten. Die Verhandlungen zwischen der Unternehmensleitung und den Lokalpolitikern der Stadt Heidelberg zogen sich von 1950 an über Jahre hin – immer neue Kompromisse wurden ausgearbeitet, geänderte Baupläne vorgestellt, selbst der Betriebsrat wurde beim Stadtrat vorstellig, um für die Baugenehmigung zu werben. Vergeblich. 1956 nahm Sternberg vom Bauvorhaben in der Stadt endgültig Abstand.

Bei der Suche nach einem Alternativstandort wurden die Verantwortlichen der Schnellpressenfabrik innerhalb weniger Wochen im benachbarten Städtchen Wiesloch fündig. In ihren Osterausgaben berichteten die Heidelberger Zeitungen über das ausgesuchte 15 Hektar große Gelände an der Eisenbahnlinie Heidelberg–Bruchsal, auf dem das neue Werk entstehen sollte. Trotz aufwändiger Entwässerungs- und Fundierungsarbeiten auf dem sumpfigen Gelände, auf dem damals noch Erdöl gefördert wurde, waren innerhalb eines Jahres die ersten

beiden Fabrikationshallen, das Sozialgebäude und der Bürotrakt fertig – mit einem Bahnanschluss für Güterzüge und einem zusätzlichen Personenbahnsteig innerhalb des Bahnhofs Wiesloch-Walldorf direkt neben den Werksanlagen.

Im Juli 1957 wurde das neue Werk in Wiesloch mit einer beeindruckenden Präsentation des neuen Zylinderautomaten KS („Kleine Schnellpresse“) eröffnet. Der Umzug der Fabrikation ins neue Werk war eine logistische Spitzenleistung: „Die Hälfte der Fertigungs- und Montagekapazität des alten Werks wurde an einem Freitagabend in Heidelberg stillgelegt und am folgenden Montagmorgen funktionsfähig in Wiesloch wieder in Betrieb genommen“, erinnert sich der langjährige Betriebsratsvorsitzende Martin Hambrecht.

In Heidelberg blieben die Verwaltung, die Forschungs- und Entwicklungsabteilungen sowie vorübergehend die Produktion von OHZ und Tiegel.

Das Werk Wiesloch wurde schnell erweitert: 1959 wurde die Halle 1 fertig, 1964 die Halle 4 und 1968 die Halle 5. 1972 bedeckte das Werk etwa eine Million Quadratmeter Fläche; hier arbeiteten 4 000 Menschen (1998 waren es 5 700). Fortlaufend erweitert und modernisiert, wurde die neue Fabrik in Fachkreisen als „Mekka des Maschinenbaus“ bestaunt: Unter der Leitung des damaligen Produktionschefs Hans Kunert wurde die Teilefertigung auf NC-Maschinen umgestellt,

Im Juli 1957 eröffnete die Schnellpressenfabrik Heidelberg ihr neues Werk in Wiesloch. Im ersten Bauabschnitt entstanden die Hallen 2 und 3, das Sozialgebäude und ein Bürotrakt. Das Ereignis bot Anlass für ein großes Fest für die Mitarbeiter und die Bevölkerung von Wiesloch und Walldorf. In brütender Hitze unterhielten der damalige Schlagerstar Gerhard Wendland (o. l.) und der Conférencier Hans-Joachim Kulenkampff die Gäste. Auch eine Bootsfahrt auf dem Neckar gehörte zum Programm.



die in Zusammenarbeit mit der Technischen Hochschule Aachen weitgehend in Eigenregie entwickelt wurden.

Damit änderten sich in der größten und modernsten Druckmaschinenfabrik der Welt auch die Produktionsabläufe. Die Fließfertigung aller Maschinen in einem Banddurchlauf wurde von der Teilefamilien-Fertigung abgelöst, um an den NC-Werkzeugmaschinen möglichst große Stückzahlen bearbeiten zu können. Begünstigt wurde dies durch die Vorleistungen der Entwicklungsabteilung: Das von den Heidelberger Konstrukteuren angewandte Wiederholteilesystem, wonach Maschinenteile in möglichst vielen Maschinentypen verwendet werden konnten, war eine ausgezeichnete Basis für eine kostengünstige Produktion mit neuen Fertigungsmethoden.

Einsatzfreudige Mitarbeiter

Die sprunghaft steigende Auftragsflut in den 50er Jahren erforderte vor allem auch von den Mitarbeitern ein hohes Maß an Einsatzbereitschaft. Überstunden waren eher Norm denn Ausnahme. Dabei wirkten Direktion und Betriebsrat zum Wohl des Unternehmens, der Kunden und der Beschäftigten vertrauensvoll zusammen. Schon damals galt bei der Schnellpressenfabrik als normale Arbeitszeit die tarifliche Arbeitszeit plus eine halbe Stunde, um sich flexibel auf das Auf und Ab der Bestellungen einstellen zu können.

Während der 50er Jahre verlangten die Druckereien in aller Welt eine noch kostengünstigere Drucksachenproduktion; gleichzeitig verstärkte sich der Trend zum farbigen Druckerzeugnis. Weltweit dominierte nach wie vor das Buchdruckverfahren, das durchaus noch Möglichkeiten der Rationalisierung und des drucktechnischen Fortschritts bot.

Erweitertes Maschinenprogramm

So entwickelte die Schnellpressenfabrik die „Heidelberger Formeinpassvorrichtungen“. Dadurch verkürzten sich die unproduktiven Maschinen-Stillstandzeiten, und die Kosten konnten entsprechend gesenkt werden.

Die stark zunehmende Nachfrage nach Zweifarben-Buchdruckmaschinen erfüllte die Schnellpressenfabrik mit den kostengünstigen Zweifarben-OHZ „Kleine Rund + Flach“ 38 x 52 cm und „Große Rund + Flach“ 54 x 72 cm, die auf der Drupa 1958 vorgestellt wurden. Sie basierten auf der Konstruktion des bewährten Heidelberger Einfarben-Zylinderautomaten. Er erhielt ein zweites, als Runddruckaggregat ausgebildetes Druckwerk mit leistungsfähigem Farbwerk. Alles andere stammte von der Einfarbenmaschine.

Noch vor dem Serienlauf dieser neuen Maschinen ließ Sternberg eine spezielle Abteilung für die Klischee-Forschung einrichten, die sich mit der Weiterentwicklung der Reproduktionstechnik und

der Herstellung qualitativ hochwertiger Buchdruck-Rundformen befasste. Schon ab Anfang der 60er Jahre untersuchte die Klischee-Forschung auch unterschiedliche Druckplatten für den Offsetdruck – wichtige Voraussetzung für den Erfolg der ersten Heidelberger Offsetmaschinen, die 1962 vorgestellt wurden.

Im Laufe der 50er und 60er Jahre erweiterte die Schnellpressenfabrik ihr Maschinenprogramm so aus, dass es praktisch allen Anforderungen der Drucker gerecht wurde.

Voraussetzung für die kostengünstige Fertigung der entstehenden Modellvielfalt war die Politik der Heidelberger Maschinensysteme: Innerhalb eines Systems waren Hauptabmessungen, Bedienelemente und wesentliche Baugruppen gleich, die Bogenformate und Druckarten konnten verschieden sein. Jedes System erhielt durch zahlreiche praktische Zusatzeinrichtungen eine größtmögliche Einsatzbreite.

Ende der 50er Jahre suchte die Schnellpressenfabrik auch einen Weg in den rotativen Buchdruck auf Bogenmaschinen. Solche Maschinen gab es zwar schon seit Jahrzehnten, aber sie konnten die Qualitätsansprüche an hochwertige Akzidenzarbeiten nicht erfüllen. So entwickelte die

Schnellpressenfabrik zwei Zweifarben-Buchdruck-Bogenrotationen als Qualitätsmaschinen, die sie auf der Drupa 1962 vorstellte: die KRZ („Kleine Rotation Zweifarben“) 40 x 57 cm und die RZ („Rotation Zweifarben“) 66 x 97 cm.

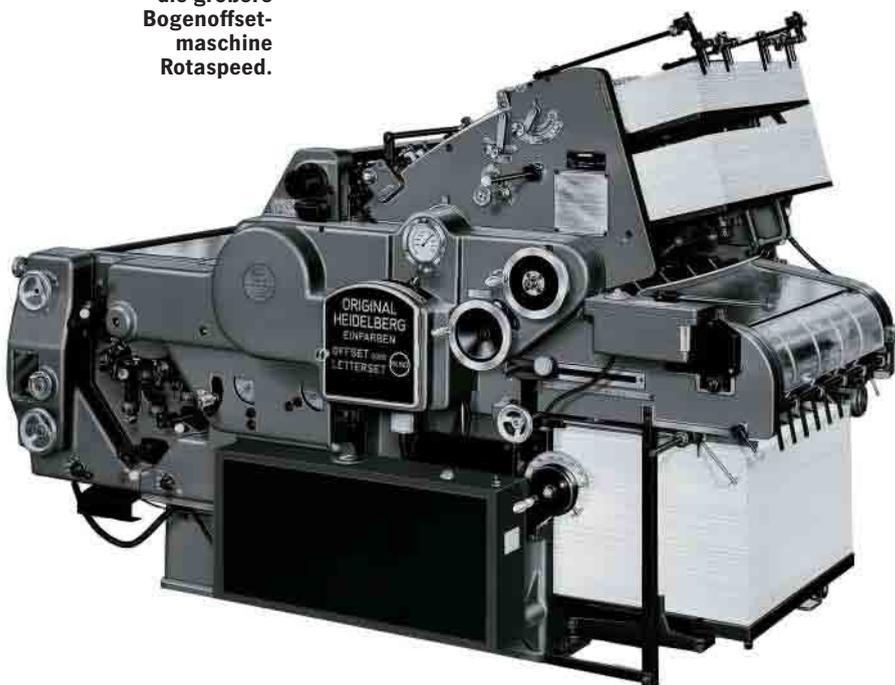
Mit Nachfolgemodellen der KRZ und RZ und weiteren Typen, die aus den OHZ 64 x 90 cm abgeleitet wurden, summierte sich die Zahl der Heidelberger Buchdruck-Bogenrotationsmodelle auf zwölf. Die Fabrikation lief von 1962 bis 1975, brachte es aber durchschnittlich auf nur vier Maschinen pro Monat.

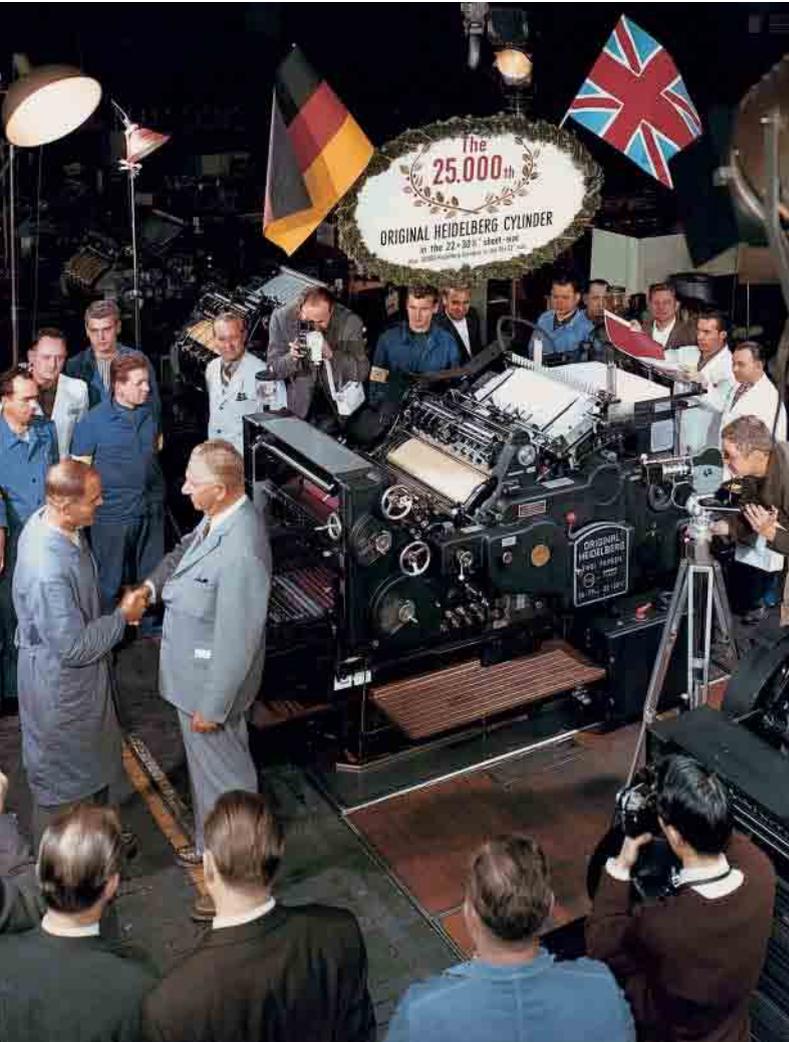
Einstieg in den Offsetdruck

Star der Drupa 1962 war die erste Heidelberger Einfarben-Offsetmaschine KOR („Kleine Offset Rotation“) 40 x 57 cm. Die KOR stieß bei den Kunden sofort auf Begeisterung: In den 14 Messtagen wurden über 1 000 Stück verkauft. Innerhalb der nächsten 24 Jahre verließen 38 800 K-Offsetmaschinen das Werk Wiesloch. Die Wettbewerber, teilweise seit Jahrzehnten im Bau von Offsetdruckmaschinen erfahren, begrüßten das Heidelberger Produkt zunächst mit einem mitleidigen Lächeln.

Denn bis zu dieser Zeit hatte Sternberg für Offsetdruckmaschinen wenig Begeisterung gezeigt. Als er jedoch merk-

Mit der KOR 40 x 57 cm (u. l.) begann 1962 für die Schnellpresse das Zeitalter des Offset. Dieser ersten Offset-Rotationsmaschine aus Heidelberg folgte schon 1965 die größere Bogenoffsetmaschine Rotaspeed.





Glückwunsch für Montageleiter Erni zur Fertigstellung des 25.000. S-Zylinderautomaten. Sternberg ließ es sich nehmen, seinen Mitarbeitern aus gegebenem Anlass zu danken.

te, dass Zeit und Technik reif für dieses Druckverfahren waren, musste es besonders schnell gehen. Nur ein halbes Jahr vor der Drupa 1962 erhielt die Konstruktionsabteilung den Auftrag, bis zur Ausstellung in Düsseldorf aus der KRZ die KOR zu entwickeln. Der Kraftakt gelang. Die erste Heidelberg Offsetmaschine war so erfolgreich, weil sie wie ein Buchdruck-Zylinderautomat aussah. Anleger, Ausleger, Steuerung und Bedienelemente waren weitestgehend identisch.

So machte die KOR dem Buchdrucker die Umstellung auf das Offset-Verfahren ausgesprochen einfach. Außerdem konnte die KOR preisgünstig angeboten werden, da über zwei Drittel ihrer Bauteile aus der serienmäßigen Buchdruckmaschine stammten.

Ihr folgte auf der Messe in Paris 1965 die größere Bogenoffsetmaschine Rotaspeed 71 x 102 cm, die von der Zweifarben-Buchdruck-Bogenrotation RZ abgeleitet war. Die Baureihe umfasste Ein-, Zwei-, Vier- und Fünffarben-Rotaspeed-Offsetmaschinen und wurde bis 1976 gebaut.

Gleichzeitig schloss die Schnellpressenfabrik die Lücke zwischen KOR und der Rotaspeed mit ihrer ersten S-Offset-Einfarben-Maschine SOR („S Format Offset Rotation“). 1970 war das S-Offset-System mit Ein- und Zweifarben komplett. 1971 wurden über 2 000 S-Offset-Druckwerke ausgeliefert – je Arbeitstag ca. zehn.

„Heidelberger Druckmaschinen AG“

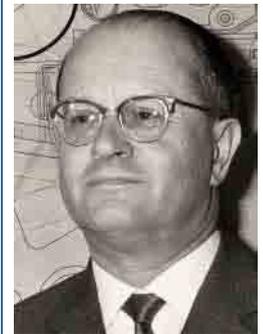
Den zügigen Ausbau des Offset-Maschinen-Programms unterstrich die „Schnellpressenfabrik“ 1967 durch die Namensänderung in „Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft“.

Zur Drupa 1972 erschloss sich Heidelberg ein weiteres Marktsegment: den Kleinoffsetdruck im Format DIN A4 und A3. Für diese kleineren Bogenformate gab es bislang nur Maschinen mit durchschnittlicher oder minderer Druckqualität. Hier setzte die Heidelberger GTO an: Sie ermöglichte im Kleinformat echten Qualitätsdruck. Die GTO, die einer ganzen Formatklasse ihren Namen gab, leistete 8 000 Bogen je Stunde und war nach Heidelberger Maßstäben konstruiert: robust, mit leistungsfähigem Farb- und Feuchtwerk, einfach und komfortabel zu bedienen, mit zahlreichen Sondereinrichtungen zum Nummerieren und Perforieren – und das alles zum Preis herkömmlicher Kleinoffsetmaschinen.

Schon beim ersten Auftritt verzeichnete die GTO einen überwältigenden Erfolg: Allein während der Messe wurden 1 500 Maschinen verkauft. Ende der 70er Jahre umfasste die Serie Ein-, Zwei- und Vierfarben-GTOs, auch umstellbar auf Schön- und Widerdruck. Diese Serie wird noch heute gebaut. Bis Ende 1999 wurden 95 000 GTO-Druckwerke geliefert. Damit ist die GTO wohl die erfolgreichste Qualitäts-Offsetmaschinenserie aller Zeiten.

Mit dem gelungenen Einstieg in die Offset-Drucktechnik waren die Weichen für die Zukunft gestellt. Ende 1972 konnte Sternberg im Alter von fast 76 Jahren aus dem Vorstand der Heidelberg Druckmaschinen AG ausscheiden und als Ehrenmitglied in den Aufsichtsrat wechseln.

Artur Büttner – Chefkonstrukteur alter Schule



Artur Büttner feierte am 1. Januar 1972 sein 50-jähriges Dienstjubiläum in Heidelberg fast im Verborgenen. Das war typisch für seine Einstellung, alles Persönliche hinter die Interessen der Heidelberg Druckmaschinen zu stellen. Schon 1925 war Büttner Chef der Konstruktion in Heidelberg. 1963 wurde er in den Vorstand berufen. Jede entscheidende Verbesserung beim Bau und der Anwendung von Heidelberger Maschinen, jedes weitere Tiegelmotiv zum Prägen oder Stanzen, alle neuen Heidelberger Zylinderautomaten vor und nach dem Krieg mit all ihren Varianten, Sonderausführungen und Formaten, mit Runddruckwerken im Buchdruck und im Lithodruck, spezielle Folienprägemaschinen, Buchdruckbogenrotationen – Heidelberger Druckmaschinen eines halben Jahrhunderts entstanden auf Büttners großem Reißbrett im Maßstab 1:1, den „Assistenten“ Sternberg an seiner Seite.

Auch der Einstieg in den Offset fiel in seine Zeit. Dabei verteilte er aber die Last auf jüngere Schultern. Längst im Pensionsalter, blieb er bis Ende 1972 bei Sternberg und trat mit ihm von der Heidelberg Bühne ab.



Druckmaschinen sind komplexe Systeme, deren Herstellung hohes technisches Fachwissen voraussetzt. Um dies sicherzustellen, behält Heidelberg eine hohe Fertigungstiefe im eigenen Haus.



Fortschritt aus Tradition

Für die Heidelberger Druckmaschinen AG bedeutete das Ende der Ära Sternberg nicht nur einen personellen Einschnitt. Denn ausgerechnet zu diesem firmenhistorischen Zeitpunkt geriet die weltwirtschaftliche Finanz- und Handelsordnung aus den Fugen: Der Dollar verabschiedete sich von seiner Goldbindung mit dramatischen Abwertungseffekten; die Organisation Erdöl exportierender Staaten (OPEC) löste mit ihrem Ölboykott und den exorbitanten Preiserhöhungen einen weltweiten Konjunkturerinbruch aus. Zudem verteuerte die in wenigen Jahren um mehr als 26 Prozent aufgewertete D-Mark deutsche Produkte im Ausland.

Bei einem Ausfuhranteil von rund 80 Prozent trafen die weltwirtschaftlichen Turbulenzen Ende der 60er, Anfang der 70er Jahre die Heidelberger Druckmaschinen AG entsprechend hart. Dennoch: 1972 – also im letzten Jahr unter Sternbergs Leitung – überstieg der Umsatz mit 391 Millionen Mark sogar den des bisherigen Spitzenjahres 1969.

Doch dann kamen die Ereignisse des Herbstes 1973: Am 6. Oktober begann im Nahen Osten der Yom-Kippur-Krieg. Die OPEC verhängte gegen die israelfreundlichen Länder einen Öllieferboykott; die deutsche Bundesregierung und andere europäische Regierungen verordneten daraufhin für Autos ein Sonntagsfahrverbot.

Die weltwirtschaftliche Krise stellte den Anfang 1973 berufenen kollegialen Vorstand vor seine erste große Bewährungsprobe. Diesem Leitungsgremium gehörten zu dieser Zeit Dr. Wolfgang Zimmermann, Joachim Pöppel, Dr. Hilmar Dosch und Willi Jeschke an. Das langjährige Vorstandsmitglied Zimmermann hatte zu Sternbergs Zeiten die Vorstandsressorts Finanzen, Personal und Beschaffung geleitet, ab Anfang 1973 verantwortete er das Vertriebsressort, Willi Jeschke übernahm von seinem Vorgänger Artur Büttner die Leitung der Entwicklung, Joachim Pöppel löste als

Präzision und Zuverlässigkeit sind die entscheidenden Merkmale Heidelberger Druckmaschinen. Die GTO-Baureihe, die einer ganzen Formatklasse ihren Namen gab, wird seit 1972 gebaut und ständig weiterentwickelt. Sie ist wohl die erfolgreichste Offsetmaschinen-Serie aller Zeiten.





Die größte Druckmaschinen-Fabrik der Welt: das Werk Wiesloch. Vorn links das Logistikzentrum WLC, von dem aus die Kunden mit Teilen versorgt werden.

Neuzugang Produktionsvorstand Hans Kunert ab, und der im Mai 1973 zu Heidelberg gekommene Volkswirt Dr. Hilmar Dosch übernahm die Vorstandsbereiche Finanzen, Personal und Einkauf.

Dieses neue Vorstandsgremium sah sich mit den Folgen des Ölpreisschocks im Geschäftsjahr 1974/75 hart konfrontiert. Der Umsatz brach um 30 Prozent ein und zwang zu Kurzarbeit und personellen Anpassungen. Mit schnellen Reaktionen auf der Kostenseite gelang es dem Vorstand aber trotz des schweren Absatzrückgangs, in diesem Krisenjahr einen Verlust zu vermeiden. Der Überschuss reichte sogar aus, um den Heidelberg-Aktionären eine Dividende auszuschütten. Nicht zuletzt verhinderte eine von Dr. Zimmermann mutig durchgesetzte Preiserhöhung Schlimmeres.

Neue Produkte beleben den Markt

Dass die Krise schnell überwunden werden konnte, lag aber vor allem am Einsatzwillen und an der Kreativität der gesamten Mannschaft. Die Mitarbeiter und ihre Vorgesetzten rückten – ganz im alten „Heidelberger Geist“ – wie eine Familie in harten Zeiten zusammen. Der Einbruch setzte zusätzliche Kräfte frei. Während die Verkaufsdirektoren und die selbstständigen Vertretungen bei den Kunden mit höchstem Einsatz Aufträge akquirierten, brachte die Forschung und Entwicklung in rastloser Arbeit den Pro-

totyp der Speedmaster zur Marktreife. Seine völlig neue Maschinengeneration für Mehrfarben-sowie Schön- und Widerdruck präsentierte Heidelberg 1974 auf der Fachausstellung Print in Chicago. Ohne jede Felderprobung lief die neue Maschine mit einer Geschwindigkeit von bis zu 11 000 Bogen pro Stunde. Noch heute ist die ständig weiterentwickelte Speedmaster-Familie Basis und Erfolgsfaktor des Heidelberger Druckmaschinengeschäfts.

Mit den neu entwickelten Offsetmaschinen und kräftigem konjunkturellem Rückenwind ging es 1976 schon wieder steil nach oben: Mit einem Umsatzzuwachs um 45 Prozent auf 473,9 Millionen D-Mark knüpfte das Heidelberg-Management an das Niveau von 1974 an. Der Inlandsumsatz stieg um 28 Prozent auf 96,9 Millionen, das Exportgeschäft lag nach einer 50-prozentigen Steigerung wieder bei der 80-Prozent-Umsatz-Marke.

Kundenbindung durch Innovation

Gleichzeitig mit der Weiterentwicklung der Speedmaster trieben Entwicklungsvorstand Jeschke und seine damals noch wenigen Elektronikspezialisten die Arbeit an einer für die Druckmaschinen-Industrie völlig neuen elektronischen Farbsteuerung voran: Computer Print Control (CPC) überraschte auf der Drupa 1977 die gesamte Fachwelt. Damit hatte Heidelberg auch im Offset unbestritten die

Die auf der Print in Chicago 1974 als Prototyp erstmals vorgestellte Speedmaster bildet mit ihren Weiterentwicklungen auch heute das Rückgrat des Heidelberger Druckmaschinenangebots.





Modernste computergesteuerte Fertigung in lichten weiten Hallen des Werkes Wiesloch. Hier die Endmontage in Halle 6.

technologische Führung übernommen. Kein Wettbewerber konnte auf der Messe ein vergleichbares System anbieten.

Besonders erstaunlich: Diesen Schritt auf technologisches Neuland bewältigten die Heidelberger Elektroniker und Entwickler ohne jegliche Expertenhilfe von außen. Erste Kontakte mit externen Software-Firmen hatten nämlich schnell gezeigt, dass man viel zu lange brauchen würde, den branchenfremden Informatikern die Feinheiten und Anforderungen der Drucktechnik beizubringen.

Mit neuen Komponenten des Maschinenbaus, der Elektronik und Pneumatik verschaffte Heidelberg seinen Kunden beachtliche wirtschaftliche Vorteile und dem Drucker an der Maschine körperliche Entlastung.

Zur Drupa 1977 präsentierte Heidelberg auch die kleine Offsetmaschine

GTO als Mehrfarbenmaschine. Sie arbeitet nach dem gleichen anerkannten Prinzip der Speedmaster.

Große Innovationsbereitschaft, beste Qualität und zuverlässiger Service bescherten dem Unternehmen 1977 mit 623 Millionen Mark den höchsten Umsatz der bisherigen Firmengeschichte. Das entsprach einer Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 32 Prozent.

Die rasante Entwicklung und Markteinführung neuer Produkte seit Mitte der 70er Jahre zeigt eine kleine Statistik: Im Jahr 1982 machte Heidelberg mehr als die Hälfte des Umsatzes mit Produkten, die erst in den vorausgegangenen fünf Jahren auf den Markt gekommen waren.

Neue Marktanforderungen

Verantwortlich für die hohe Entwicklungsgeschwindigkeit war nicht zuletzt der Wunsch der Druckereikunden nach farbigen Drucksachen in kleinen Auflagen. Auf diesen Trend konnten die Drucker nur mit modernsten Mehrfarbenmaschinen reagieren, die auch bei sinkenden Auflagen äußerst wirtschaftlich und flexibel arbeiten müssen. Mit ihren Speedmaster-Modellen war die Heidelberger Druckmaschinen AG in der Lage, diese Forderungen zu erfüllen.

In der dynamischen Zeit neuer Entwicklungen gelang Heidelberg auch der Einstieg in den Rollenoffset mit der Heidelberg Web 8 im Jahr 1982. Und wieder

Willi Jeschke – Innovationen für den Serienbau



Den technologischen Fortschritt bei Heidelberg bestimmte seit den 60er Jahren maßgeblich Willi Jeschke. Der Maschinenbauingenieur, der sein Studium im Sudetenland an der Schule Ferdinand Porsche's begann und in München beendete, kam zur schwarzen Kunst über den Druckmaschinenbau der MAN in Augsburg. 1956 trat er als Konstrukteur in Heidelberg an.

Der erste große Wurf gelang Jeschke zur Drupa 1962. Wenige Monate vor der Messe erhielt er den Auftrag, eine kleine Offsetrotation auf Basis der Baugruppen des K-Buchdruckprogramms zu entwickeln. Der Kraftakt KOR gelang. Bis Mitte der 80er Jahre wurden 38 800 K-Offsetmaschinen ausgeliefert.

In den folgenden Jahren kamen weitere Markterfolge wie die Ein- und Zweifarbenmaschinen der Baureihe S-Offset hinzu. Ab 1973 Vorstandsmitglied, konzentrierte sich Jeschke mit einer kleinen Mannschaft auf die Entwicklung einer Mehrfarbenoffsetmaschine mit der Ummstellungsmöglichkeit auf Schön- und Widerdruck. Bereits 1974 lief auf der Print in Chicago der Speedmaster-Prototyp. Die Speedmaster-Reihe, deren Siegeszug bis heute ungebrochen andauert, war geboren.



wunderte sich der Wettbewerb über den eigenwilligen technischen Weg von Heidelberg. Schon zwei Jahre später folgte die weiterentwickelte Web 16.

Mit dem Kauf des US-amerikanischen Rollenoffset-Herstellers Harris Graphics wurde der Rollenoffset-Bereich auf dieses Tochterunternehmen übertragen.

Einen weiteren wichtigen Entwicklungsschritt stellte Heidelberg zur Drupa 1990 vor: CPTronic, die erste volldigitalisierte Druckmaschinensteuerung der Welt. Mit dieser Steuer-, Kontroll- und Diagnoseelektronik konnten alle Maschinenfunktionen direkt von einem zentralen Steuerpult aus gesteuert und überwacht werden. Für Funktionen speziell im Bereich Farbe und Register war die CPTronic mit der 1977 eingeführten CPC-Steuerung vernetzt.

Der Erfolg der konsequenten Qualitäts- und Innovationspolitik in allen Unternehmensbereichen während der Zeit

des Kollegialvorstands manifestiert sich auch im Überschreiten der magischen Milliardengrenze bereits im Jahr 1981: Die Umsatzerlöse erreichten 1,03 Milliarden DM. Im selben Jahr feierte das Unternehmen auch die Auslieferung der 300 000. Heidelberger Druckmaschine.

Flexible Mitarbeiter

Die tief greifend veränderten Produktionsprozesse, der Einzug neuer Technologien in die Fertigung und in die Produkte sowie die zunehmend differenzierten Kundenwünsche wären nicht zu bewältigen gewesen, wenn sich die Arbeitnehmer und deren Interessenvertreter nicht zum Wohl des Unternehmens den neuen Gegebenheiten flexibel angepasst hätten. Die schwankende Nachfrage machte häufig Überstunden erforderlich, denen der Betriebsrat bei entsprechenden Gegenleistungen für die Mitarbeiter zustimmte.



Die 1974 erstmals vorgestellte Speedmaster wurde im Laufe der Jahre ständig weiterentwickelt. Im Bild die Speedmaster 74.



Montage im Werk Wiesloch. Auf ihrem Weg durch die Halle entstehen hier Druckwerke der Speedmaster-Serie, die seit mehr als 20 Jahren der größte Umsatzträger des Unternehmens ist.

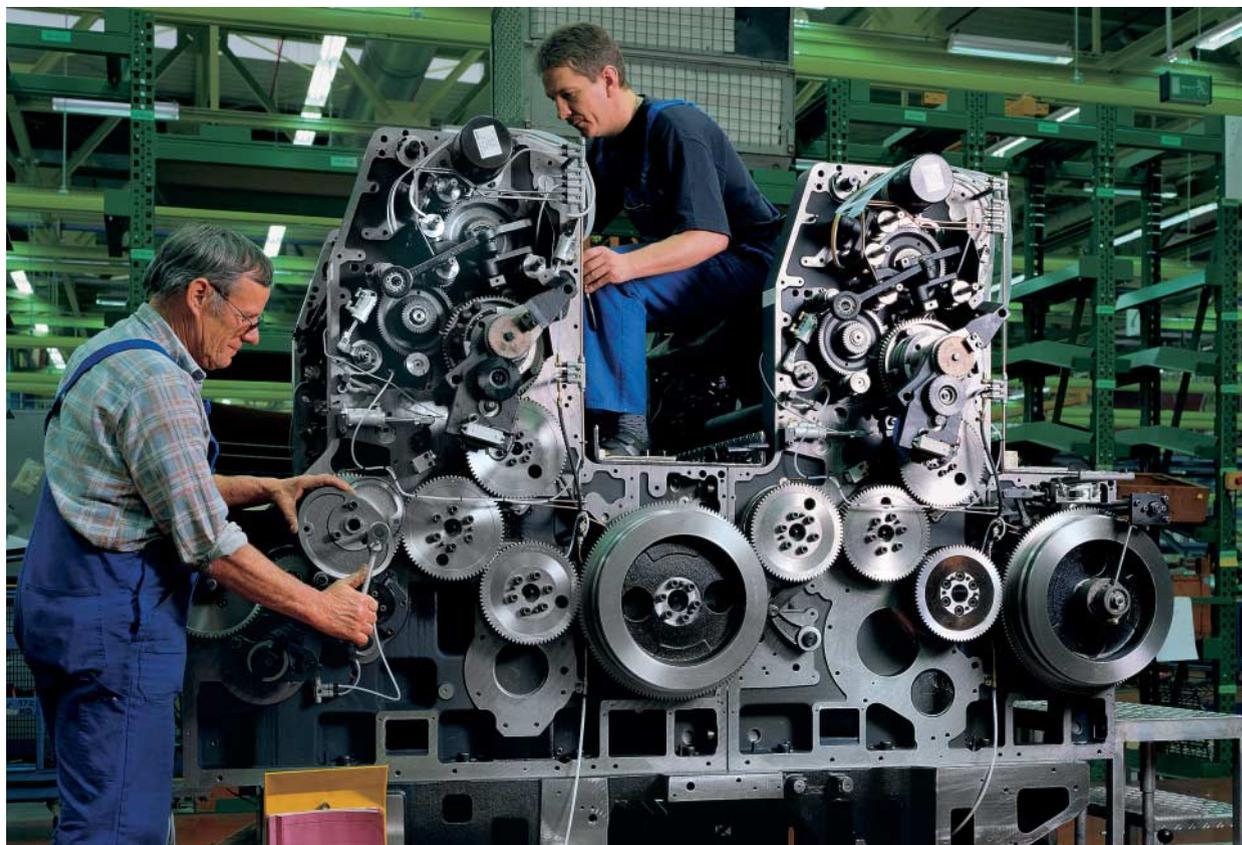


Mit dem Erfolg des modernisierten und zukunftsorientierten Maschinenprogramms wurden bald die Produktionskapazitäten in Wiesloch und Geislingen zu eng. Das 1957 mit zwei Hallen in Betrieb genommene Produktions- und Montagewerk Wiesloch, heute der größte Druckmaschinen-Fertigungsstandort der Welt, wurde kontinuierlich erweitert und für die neuesten Produktionstechniken und -abläufe modernisiert. Mit dem Bau der

Wieslocher Halle 5 verwirklichte Produktionschef Joachim Pöppel die Teilefamilienfertigung, die deutliche Produktivitätsfortschritte ermöglichte. So bewältigte das Unternehmen die steigenden Auftragseingänge, konnte gleichzeitig die Variantenvielfalt erhöhen und ohne kostenträchtigen Zeitaufwand spezifische Kundenwünsche erfüllen.

Aus- und Neubau der Fertigungsstätten

Das größte industrielle Investitionsvorhaben wurde in den Jahren 1982 bis 1985 realisiert: das Werk Amstetten. 1977 beschloss der Vorstand der Heidelberger Druckmaschinen AG, das Werk Geislingen durch ein neues Werk zu ersetzen, da die Analyse über die Situation des Werkes Geislingen zu dem Ergebnis kam: „keine Zukunft“. Die traditionsreiche Geislinger Fertigung genügte längst nicht mehr den räumlichen und technischen Möglichkeiten ihrer Zeit.



Ein hochkomplexes System aus Zahnrädern, Wellen und Walzen bedarf feinsten Abstimmung und Präzision, um den hohen Qualitätsmaßstäben an Heidelberger Druckmaschinen gerecht zu werden.

Dr. Wolfgang Zimmermann – Primus inter Pares



Nach dem Studium der Rechtswissenschaft und Betriebswirtschaft erhielt Wolfgang Zimmermann als junger Rechtsreferendar ein Stipendium an der amerikanischen Yale-Universität, das er mit dem akademischen Grad eines Master of Laws abschloss.

Dieser Amerika-Aufenthalt ließ Dr. Zimmermann zum Weltbürger reifen. Nach seiner Promotion 1956 war er zunächst als Anwalt und Syndikus tätig. Zum 1. Januar 1960, gerade 30 Jahre alt, trat Dr. Zimmermann in die Schnellpressenfabrik AG Heidelberg ein. Schon vier Jahre später wurde er zum Vorstandsmitglied für Finanzen, Personal und Beschaffung ernannt.

Zimmermann selbst machte nie einen Hehl daraus: „Mein Herz schlug auf Grund meiner Amerika-Erfahrung schon früh für den Vertrieb.“

Ende 1972 übernahm er vom scheidenden Sternberg die Leitung der internationalen Verkaufs- und Serviceorganisation. Unter seiner Ägide schaffte es das Unternehmen auch in schwierigen Zeiten konjunktureller Einbrüche, durch „hard selling“ und mutige Preispolitik Verluste zu vermeiden. Der kommunikative und kundenorientierte Zimmermann gehörte dem Vorstand bis zum 30. September 1991 an.



Modernste Prozessleittechnik macht das Werk Amstetten zu einer der fortschrittlichsten Gießereien der Welt.

Nach langem Hürdenlauf durch Vorschriften und Genehmigungsverfahren konnte erst Ende September 1982 der erste Spatenstich – oder besser Baggerbiss – den Baubeginn signalisieren. Kein Wunder, dass Produktionsvorstand Pöppel bei der Feier aus seinem Ärger über das 71-monatige Genehmigungsverfahren keinen Hehl machte. Vor versammelten Honoratioren und Mitarbeitern klagte er:

„Resignation statt Zuversicht, Leistungsverweigerung statt Leistungssteigerung, Eigennutz statt Gemeinschaftsbewusstsein, bürokratische Einengung statt freiheitlicher Entfaltung, Betonung des Trennenden statt Hervorheben des Verbindenden kennzeichnen nun unser Verhältnis. Armes Deutschland.“

Die Frustration über die bürokratischen Prozesse und Auflagen muss gewaltig gewesen sein.

Doch der Planungs- und Investitionsaufwand von rund 500 Millionen Mark hat sich gelohnt. Denn die neuen Ferti-





Formenbau in Amstetten: In der Gießerei entstehen die Rohlinge aller Eisengussteile für Heidelberger Offsetmaschinen.

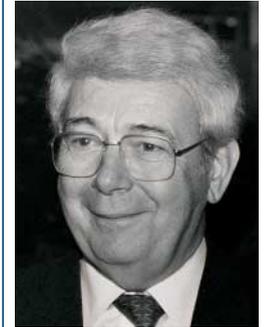


Die Amstettener Gießerei entspricht den höchsten Umweltstandards. Hier wird zum Beispiel das Eisen elektrisch erschmolzen.

gungsanlagen ermöglichen seit ihrer Einweihung am 16. August 1985 einen effizienten Fertigungs- und Gießereibetrieb mit höchsten Umwelt- und Gesundheitsstandards.

In Wiesloch und Amstetten setzten modernste und rationellste Produktionsabläufe mit CNC-Bearbeitungszentren, computergelenkten Fördereinrichtungen sowie EDV-gestützter Produktionsplanung neue Maßstäbe. Die Heidelberger Druckmaschinen AG baute mit ihren Investitionsmaßnahmen nicht nur ihre Stellung als Weltmarktführer aus, sondern sicherte sich gleichzeitig die weltweite Spitzenstellung in der Produktionstechnik, Elektronik und Logistik. Im Werk Wiesloch war zeitweilig ein Drittel aller in Europa installierten NC-Maschinen im Einsatz. Der hohe technologische Standard sowie das einzigartige Fertigungs-Know-how sichern nach wie vor die hohe Qualität der Heidelberg-Produkte und erlauben es, die im Maschinenbau

Dr. Ing. E. h. Joachim Pöppel – die Teilefamilien



Produktionsvorstand Joachim Pöppel machte sich gleich nach seinem Start bei Heidelberg 1973 an die Umsetzung des Fertigungsprinzips der Teilefamilien. Trotz der Rezession infolge der Ölkrise ließ der Vorstand die Halle 5 in Wiesloch bauen, um mit der kostensparenden Teilefamilienfertigung so schnell wie möglich beginnen zu können.

Dabei werden an elektronisch gesteuerten Maschinen ähnliche und gleiche Teile für unterschiedliche Druckmaschinen-Serien gefertigt, um möglichst rationell hohe Stückzahlen zu produzieren. Die Idee war in den 60er Jahren intensiv diskutiert und in Wiesloch von Pöppels Vorgänger Hans Kunert in ersten Schritten erprobt worden. Pöppel setzte dieses Fertigungsprinzip konsequent um. Das Werk Wiesloch wurde unter seiner Leitung zu einem produktionstechnischen „Mekka der Maschinenbauer“.

Parallel dazu forcierte Pöppel die Entwicklung von CNC-Maschinen, mit denen das Rationalisierungspotenzial der Teilefamilienfertigung voll ausgeschöpft werden konnte. Ganzheitliche Planung und konsequenter Rechner-einsatz ermöglichten eine wirtschaftliche Fertigung.



Seit Oktober 1982 verfügt Heidelberg über eine funktionale und zugleich repräsentative Unternehmenszentrale. „Nach Jahren der Hinterhof-Atmosphäre“, so damals die Mitarbeiterzeitung „Die Schnellpresse“, habe Heidelberg ein Verwaltungsgebäude bekommen, das der Bedeutung des Unternehmens entspreche.

ungewöhnliche Fertigungstiefe wirtschaftlich zu bewältigen.

Im Laufe der Jahre wurden sowohl das Werk Wiesloch als auch Amstetten kontinuierlich erweitert, restrukturiert und den neuen Produktprogrammen sowie modernsten Fertigungstechnologien angepasst. Damit gelang es den Verantwortlichen, an den deutschen Standorten uneingeschränkt wettbewerbsfähig zu produzieren sowie zusätzliche, zukunfts-fähige Arbeitsplätze zu schaffen.

Funktionalität und Repräsentation

So stürmisch der Bau und Ausbau der Werke erscheint – er basierte immer auf einem langfristig kalkulierten Generalplan. Kauf und Erschließung von Baugrund waren immer so ausgelegt, dass für die nächsten 30 Jahre vorgesorgt war. Für Gebäude-Investitionen galt ein Zeithorizont von zehn bis 15 Jahren Nutzung, Investitionen in Maschinen lagen Bedarfsprognosen für fünf Jahre zu Grunde.

Zu Beginn der kollegialen Führung herrschte in den Büros der Heidelberger Verwaltung noch spartanische Einfachheit bis hinauf in die Büros der Vorstände; alle Investitionsmittel flossen in die Produktentwicklung und Produktion. Dr. Dosch erinnert sich an seinen Amts-

antritt: „Ich bekam ein kahles Zimmer mit einem Schreibtisch, einem Stuhl und einem Besucherstuhl. Es gab noch nicht einmal einen Schrank für die Garderobe.“ Nach reiflicher Überlegung entschloss sich der Vorstand dann 1979 – im Einklang mit der zunehmenden internationalen Stellung des Unternehmens – am Hauptsitz Heidelberg eine optisch ansprechende Zentrale zu errichten.

So entstand 1982 die neue Hauptverwaltung und 1990 das Forschungs- und Entwicklungszentrum. In der Unternehmenszentrale können Kunden und Interessenten – wie schon in früheren Zeiten – die neuesten Heidelberger Maschinen und Technologien im Einsatz begutachten. Der mit Abstand größte Druckmaschinenhersteller der Welt legte mit diesen Bauinvestitionen den Grundstein für die notwendige Infrastruktur am Standort Heidelberg, um die zukünftige technologische und personelle Expansion auffangen zu können.

Zu den neuen Weichenstellungen des kollegialen Vorstands zählte auch die schrittweise Restrukturierung der internationalen Vertriebs- und Serviceorganisation. Zu Sternbergs Zeiten hatte die strenge Regel gegolten: Heidelberg ist die Fabrik und liefert gegen umgehende

Das 1990 fertig gestellte Forschungs- und Entwicklungszentrum in Heidelberg bietet nicht nur Mitarbeitern des Unternehmens ideale Arbeitsbedingungen. Sein glasüberdachter Innenhof eignet sich auch für gesellschaftliche und kulturelle Veranstaltungen.



eine eigene Verkaufs- und Kundendienstfiliale eröffnet, weil die dortige selbstständige Vertretung die Erwartungen nicht erfüllte.

Die erste Gelegenheit, diese Vertriebspolitik im Ausland zu ändern, nutzte der Heidelberg-Vorstand 1975 mit der Übernahme der Vertretung in Großbritannien, deren Leistung nicht zufriedenstellend war. Innerhalb kurzer Zeit nach der Übernahme entwickelte sich das Geschäft in Großbritannien unter deutscher Leitung so gut, dass bald auch andere Vertretungen im In- und Ausland übernommen wurden.

Inzwischen läuft die internationale Vertriebs- und Serviceorganisation von Heidelberg weitgehend in eigener Regie.

Die Harris-Graphics-Übernahme

Den deutlichsten Bruch mit der Unternehmenstradition markierte allerdings der Kauf des US-amerikanischen Herstellers von Rollenoffsetmaschinen Harris Graphics im Jahr 1988 (siehe auch Seite 113). Das Unternehmen mit Tochtergesellschaften in Saltillo, Mexiko und Montataire, Frankreich (Harris Marinoni S. A.),

Bezahlung an die freien Vertretungen. Das hatte zwar den Vorteil, dass ganz in Sternbergs Sinn keine Forderungen in den Büchern standen. Gleichzeitig schränkte Heidelberg dadurch jedoch seine Möglichkeiten ein, den Markt in eigener Regie zu gestalten. Lediglich in Hannover hatte Heidelberg im Jahr 1966

Das Jahr 1988 markiert einen Meilenstein in der Unternehmenspolitik: Heidelberg erwarb zum ersten Mal in der Firmengeschichte ein anderes Unternehmen. Der amerikanisch-französische Rollenoffset-Hersteller Harris Graphics kommt für 300 Millionen Dollar unter das Dach von Heidelberg.



Dr. Hilmar Dosch – kühler Rechner mit Weitblick



Der promovierte Volkswirt Hilmar Dosch übernahm im Mai 1973 die Vorstandsressorts Finanzen und Personal. Der Jüngste im kollegialen Vorstandsquartett spürte zu Beginn seiner Tätigkeit noch deutlich die Nachwirkungen der Autorität Sternbergs. Doch in den 80er Jahren verlangten neu ins Unternehmen gekommene Mitarbeiter mehr Eigenverantwortung. Dr. Dosch gelang es, den Konflikt zum Vorteil aller zu lösen. Er griff das Thema „Qualitätsmanagement“ auf; außerdem brachte er die Diskussion über Führungsgrundsätze in Gang und zu einem konkreten Ergebnis.

Als Finanzvorstand etablierte Dr. Dosch ein effizientes Planungs- und Berichtswesen sowie ein professionelles Controlling.

Wichtige Meilensteine in seiner mehr als 20-jährigen Führungstätigkeit für Heidelberg waren der Bau der Hauptverwaltung und des Forschungs- und Entwicklungszentrums, der Neubau der Gießerei und Fertigung in Amstetten und vor allem die Übernahme des US-Unternehmens Harris Graphics.

1992 übernahm Dr. Dosch zusätzlich das Ressort Informationstechnik. Gleichzeitig wurde er bis zu seiner Pensionierung Ende 1995 zum Vorstandsvorsitzenden bestellt.

an dem ein großer japanischer Wettbewerber eine Minderheitsbeteiligung hielt, stand zum Verkauf, weil sich die Muttergesellschaft inzwischen auf andere Kernkompetenzen ausgerichtet hatte. Der Wettlauf gegen Japan um den Erwerb von Harris Graphics kostete Heidelberg rund 300 Millionen Dollar. Der Kaufpreis relativierte sich aber, weil er in Abstimmung mit den baden-württembergischen Finanzbehörden in einem Jahr voll abgeschlossen werden konnte – ohne einen Verlust ausweisen zu müssen.

Doch die eigentlichen Schwierigkeiten zeigten sich erst nach dem Kauf. Die neue Tochtergesellschaft erwies sich nämlich als Sanierungsfall. Um die Unternehmen in den USA in jeder Beziehung auf Heidelberger Niveau zu bringen, entsandte der Vorstand Dr. Klaus Lederer und Horst Schlayer als Troubleshooter in die USA.

In einem über den Atlantik hinweg organisierten Know-how-Transfer ordneten die deutschen Ingenieure und Techniker die Fertigungsabläufe in der amerikanischen Fabrik neu und schulten die Mitarbeiter auf deutsches Facharbeiter-Niveau. Um das Harris-Graphics-Werk in Montataire in Frankreich kümmerte sich erfolgreich der heutige Heidelberg-Vorstandsvorsitzende Bernhard Schreier.

Besonderen Respekt zollt Dr. Dosch nach wie vor sowohl seinen Vorstandskollegen, die den Turnaround vor Ort

organisierten, als auch den vielen Mitarbeitern, die im Dauereinsatz die amerikanische Qualität auf deutschen Standard hoben.

Nach rund drei Jahren war Harris Graphics auf Vordermann gebracht und integriert: Mit Heidelberg Harris, in die auch die Rollenoffsetmaschinen-Produktion in Wiesloch eingebracht wurde, hat sich unter dem Dach der Heidelberger Druckmaschinen AG eine zweite, weltweit operierende Organisation mit Fertigungsstätten in Amerika und Europa sowie mit fast 2 800 Mitarbeitern aufgestellt.

Dieser ersten großen Akquisition sollten später weitere folgen (siehe auch ab Seite 99). Damit entwickelte sich Heidelberg gezielt zum weltweit führenden Lösungsanbieter für die gesamte Druck- und Verlagsindustrie.

Ende des kollegialen Vorstands

Anfang der 90er Jahre sah sich der kollegiale Vorstand noch einmal – wenn auch in teilweise veränderter Besetzung – konjunkturellen Problemen gegenüber: Im Geschäftsjahr 1991/92 gingen die Umsatzerlöse der AG nach 15 Jahren ungebrochenen Wachstums um 4,5 Prozent auf 2,62 Milliarden Mark zurück; der Gruppenumsatz verschlechterte sich wegen des schwächeren Auslandsgeschäfts um 7,5 Prozent auf 3,48 Milliarden Mark.

Auch das darauf folgende Geschäftsjahr brachte noch keine Wende. Viel-



Der in Hamm lebende Maler Otmar Alt verzierte diese Zehnfarben-Speedmaster mit farbenfrohen Bildern. Er malte übrigens zwölf Motive – zwei quasi auf Vorrat für weitere künftige Druckwerke.



mehr warnte der Vorstand sogar vor einem möglichen Personalabbau. Erst mit Ablauf des Geschäftsjahres 1993/94 Ende März 1994 wurde die Trendwende zu einer erneuten, andauernden Wachstumsphase erkennbar. In diesem Jahr schrieb übrigens Heidelberg Harris zum ersten Mal seit der Übernahme schwarze Zahlen. „Wir konnten den ersten selbst verdienten Dollar entgegennehmen“, berichtete Dr. Dosch damals nicht ohne Erleichterung.

Anfang der 90er Jahre nutzte der Vorstand trotz der Belastungen durch die Harris-Graphics-Sanierung konsequent die Chancen aus der politischen Wende im deutschen Osten: Noch vor der Wiedervereinigung eröffnete Vertriebsvorstand Dr. Zimmermann in Leipzig eine Heidelberg-Filiale. Bald darauf fiel die Entscheidung für den Bau des Werkes in Brandenburg, dessen Grundstein am 7. Mai 1992 gelegt wurde.

Zu dieser Zeit hatte sich die personelle Konstellation im kollegialen Vorstand wegen des altersbedingten Ausscheidens einiger Mitglieder bereits deutlich verändert. Zunächst hatte 1987 Entwicklungschef Willi Jeschke gesundheitsbedingt seinem langjährigen Mitarbeiter Wolfgang Pfizenmaier Platz gemacht.

Ende September 1991 zog sich Vertriebsvorstand Dr. Wolfgang Zimmermann nach fast 32 Jahren Tätigkeit für die Heidelberger Druckmaschinen AG

in den Ruhestand zurück. Seine Aufgaben übernahm Ulrich Mauser. Ende Mai 1992 schied dann der Vorstand für Produktionstechnik Dr. Klaus Lederer, der nach seiner Rückkehr aus den USA 1991 die Vorstandsgeschäfte von Dr. Pöppel übernommen hatte, aus dem Unternehmen aus.

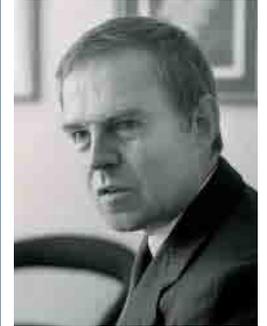
1988 war Horst Schlayer als stellvertretendes Mitglied ins Vorstandsgremium aufgerückt und nach seiner Rückkehr 1990 aus den USA mit der Verantwortung für Produktmarketing betraut worden.

Am 26. März 1992 bestellte der Aufsichtsrat Dr. Hilmar Dosch zum Vorsitzenden des Vorstands; Forschungs- und Entwicklungschef Pfizenmaier übernahm ab Juni des gleichen Jahres auch die Verantwortung für Produktionstechnik von Dr. Lederer.

Mit dieser Konstellation war nach fast 20 Jahren die Ära des gleichberechtigten Vorstandsgremiums beendet. Bis zum Ende seiner Tätigkeit für Heidelberg im Herbst 1995 stellte Dr. Dosch mit einer erneut modernisierten Produktfamilie Speedmaster 74 die Weichen wieder auf solides Wachstum.

Außerdem sorgte Dr. Hilmar Dosch mit seinen Vorstandskollegen und Mitarbeitern für ein neues, modernes Image des Unternehmens – das Logo „Heidelberg“ prägt seit Herbst 1994 das Erscheinungsbild des Konzerns und seiner Produkte.

Horst Schlayer – Marketing-Experte und Harris-Sanierer



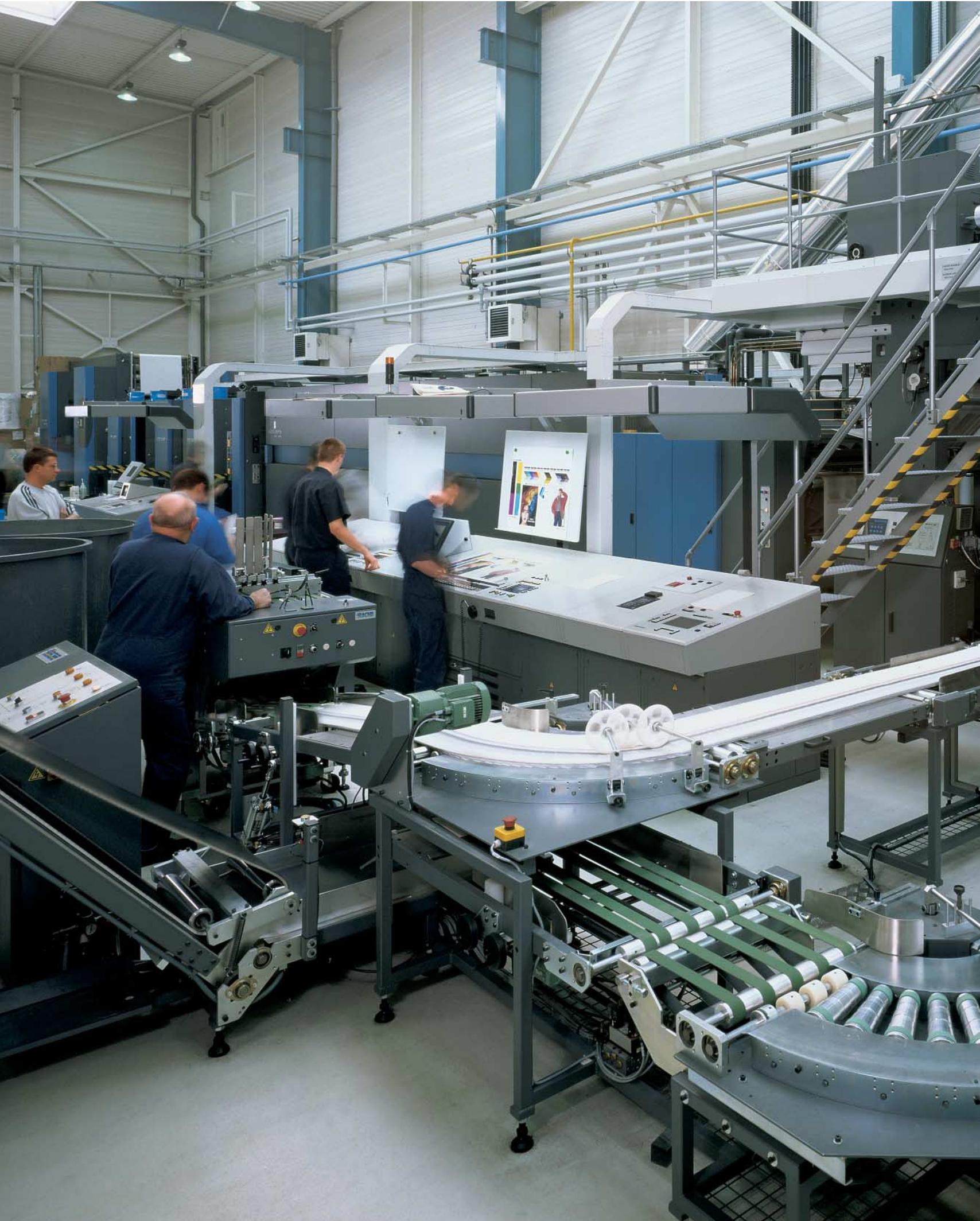
Als Horst Schlayer 1961 zu Heidelberg kam, startete er eine lange, erfolgreiche Karriere, die ihn bis in den Vorstand führte.

Bei der Umstellung der Produktpalette von Buchauf-Offsetdruck in den frühen 60er Jahren sowie für die Entwicklung von Mehrfarbenmaschinen gingen von Schlayer als Mann des Marktes wichtige Impulse aus. Schon 1973 hatte er die Position eines Verkaufsdirektors erreicht, die er so erfolgreich ausfüllte, dass er im November 1988 zum stellvertretenden Vorstandsmitglied ernannt wurde. Im gleichen Monat ging er als Präsident der gerade akquirierten Harris Graphics in die USA, wo er mit Dr. Klaus Lederer die Verantwortung für die notwendige Restrukturierung übernahm. Bereits 1990 konnte Schlayer nach Heidelberg zurückkehren.

1993 wurde er zum ordentlichen Vorstandsmitglied mit der Verantwortung für Produktmarketing berufen. In dieser Funktion war Schlayer maßgeblich für die Zukunftsstrategie der Heidelberg-Gruppe und die kundengerechten Lastenhefte der zur Drupa 1995 vorgestellten Maschinen verantwortlich.

Ende 1995 trat Schlayer in den Ruhestand.





Aufbruch in die Zukunft

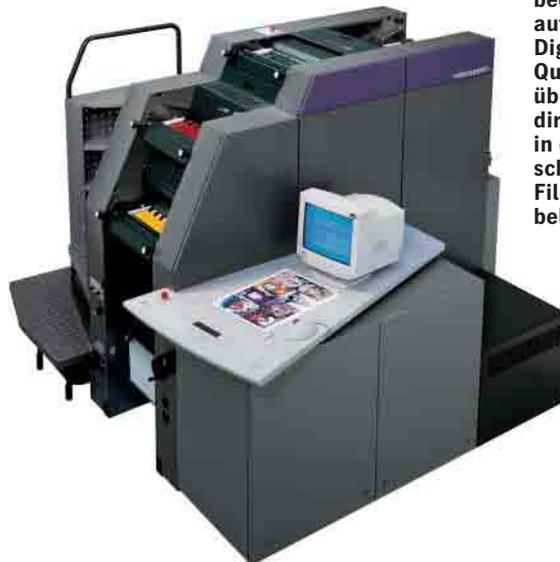
Ab Mitte der neunziger Jahre beschleunigt sich bei Heidelberg der Wandel stark. Die gesamte Branche befindet sich – nicht zuletzt durch die zunehmende Bedeutung der elektronischen Medien und der Digitaltechnologien – in einem gewaltigen Umbruch. Die Druckbranche erfährt zunehmend, dass sie in Zukunft nicht mehr „nur“ drucken können muss. Ihre Kunden erwarten immer öfter die komplette Produktion von Druckprodukten aus einer Hand. Sie versprechen sich dadurch von ihrem Drucker als „Allround-Dienstleister“ deutlich mehr Qualität, Flexibilität und schnellere Reaktionszeiten. Die Konsequenz dieser Veränderungen: Druckvorstufe, Druck und Weiterverarbeitung sind immer häufiger unter einem Dach vereint.

Deshalb konzentrierte sich der Ende 1995 unter Hartmut Mehdorn neu formierte Vorstand darauf, das Unternehmen für die neuen Herausforderungen einer digitalen Zukunft zu rüsten. Mehdorns Botschaft nach seinem Amtsantritt und nach intensiven Beratungen im Führungsgremium: „Als Motor des Wandels an der Seite der Drucker wird sich Heidelberg mit Prepress, Press und Postpress zu einem Lösungsanbieter entwickeln.“ Mit der Informationsbroschüre „Drucken neu definiert“ verdeutlicht der Vorstand seinen Mitarbeitern den neuen Kurs und macht klar: Heidelberg wird sich dem Wandel nicht anpassen,

sondern ihn als Weltmarktführer aktiv mitgestalten.

Wichtige Grundlagen für diese neue Strategie bildet eine Untersuchung des Ende 1995 ausgeschiedenen Vorstandsmitglieds Horst Schlayer. Laut dieser Analyse soll der Anteil der elektronischen Medien bis zum Jahr 2010 rund fünfzig Prozent des gesamten Medienmarktes beherrschen. Die neuen „Konkurrenten“ des Offsetdrucks sind, so das Schlayer-Papier, Farbkopierer und Farbtonerdrucker. Sie würden verstärkt vor allem in den Bereich kleinerer Auflagen in die klassischen Domänen der Drucker vordringen. „Der weltweite Austausch digitaler Daten wird über immer leistungsfähigere Kommunikationsnetze den Gesamtmarkt beeinflussen und der Druckindustrie noch schnellere und intelligentere Lösungen abverlangen“, prognostizierte die Studie.

Mit der auf der Drupa 1995 erstmals gezeigten Quickmaster DI (Direct Imaging) verwirklichte Heidelberg einen bedeutenden Schritt auf dem Weg zur Digitalisierung. Die Quickmaster DI übernimmt die Daten direkt vom Computer in die Druckmaschine; der Weg über Film und Plattenbelichtung entfällt.



Mit einer gezielten Expansionsstrategie in die dem Druck vor- und nachgelagerten Arbeitsgebiete Prepress und Postpress sowie in den Zeitungsrotations- und Digitaldruck entwickelte sich Heidelberg in der jüngsten Vergangenheit zu einem global agierenden Lösungsanbieter für die gesamte Druck- und Medienindustrie (im Bild das Werk in Montataire, Frankreich).



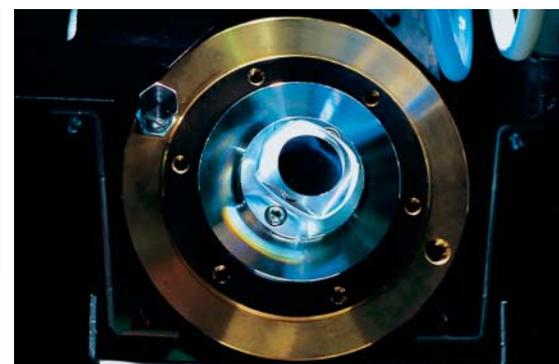
Mit der Übernahme von Linotype-Hell im Jahr 1996 hat Heidelberg die Grundlage für den Geschäftsbereich Prepress gelegt. In den modernsten Fertigungsstätten der heutigen Division Heidelberg Digital in Kiel entstehen Scanner und andere Systemteile der Druckvorstufe.

Auf Basis dieser Analysen und aktuellen Entwicklungen baute Heidelberg ab 1996 seine Kompetenzen rund um den traditionellen Druck systematisch aus. Doch bevor das Heidelberg-Management das dafür notwendige Know-how akquirierte, bereitete sich das Unternehmen mit einer neuen, flexiblen Organisation auf die künftigen Aufgaben vor: Mit einer Reorganisation der Unternehmensgruppe in produktbezogene Geschäftsfelder, die ab April 1997 gültig wurde, schaffte Heidelberg zusätzlich eine deutliche Transparenz innerhalb

der eigenen Struktur. Dabei wurden die so genannten Business Units von Corporate und Service Units und in den Märkten von Sales & Service Units unterstützt. „Das Schlachtschiff Heidelberg gliedert sich um in eine bewegliche Flottille von Schnellbooten“, so Mehdorn.

Schritte zum Lösungsanbieter

Spezialisiert auf den Offsetdruck, entschloss sich der Heidelberg-Vorstand, das kurzfristig benötigte Know-how in den vor- und nachgelagerten Bereichen des Druckens durch gezielte Akquisitionen



zu erwerben. Noch während der Reorganisationsphase übernahm Heidelberg den niederländischen Produzenten von Rollenwechslern und Trocknern, Stork Contiweb. Ende Juli 1996 entschied sich Heidelberg für den Kauf der Linotype-Hell AG, Eschborn. Eineinhalb Jahre später wurde mit Linotype-Hell einer der weltweit führenden Prepress-Spezialisten auf Heidelberg verschmolzen. Damit war ein entscheidender Schritt im Bereich der Druckvorstufe und der digitalen Farbsteuerung getan. Unter der Führung des heutigen Heidelberg-Vorstandsvorsitzen-

den Bernhard Schreier wurde Linotype-Hell nach einer Umstrukturierung in die Heidelberg-Organisation integriert. Alle verbliebenen Kerngeschäfte der ehemaligen Linotype-Hell AG wurden am Standort Kiel konzentriert.

Zum Einstieg in den Bereich der Weiterverarbeitung übernahm Heidelberg ebenfalls im Jahr 1996 Sheridan Systems, einen amerikanisch-britischen Hersteller von Buchbinde- und Versandanlagen. Ergänzt wurde der Bereich knapp zwei Jahre später durch die Akquisition der Stahl-Gruppe, Ludwigsburg. Zusammen

Mit der Übernahme der Stahl-Gruppe kam auch das Traditionsunternehmen Brehmer GmbH in Leipzig zu Heidelberg. Die Spezialisten für Maschinen der Weiterverarbeitung bilden das Rückgrat der Business Unit Finishing. In der hochmodernen Fertigung in Leipzig (oben) entsteht unter anderem die Stitchmaster 300.

mit den beiden Tochterunternehmen Brehmer in Leipzig und Baumfolder in den USA zählte Stahl zu den weltweit renommiertesten Anbietern von Falz-, Sammelheft-, Buchfadenheft- und Faden-siegelmaschinen.

Aufbau des Digitaldrucks

Viele Druckereien bekamen inzwischen zunehmenden Konkurrenzdruck von den Copy-Shops zu spüren. „Print-on-Demand“, der Druck auf Abruf, war immer mehr gefragt. Heidelberg sah sich deshalb nach einem kompetenten Partner um, mit dessen Know-how wettbewerbsfähige Produkte entwickelt werden konnten, und gründete Mitte des Jahres 1997 mit Kodak ein Joint Venture namens „NexPress“. Das Ziel: Konkurrenten wie Xerox und Océ im Bereich der digitalen Drucktechnik mit einer Farbdruck-Maschine Paroli zu bieten. Kodak brachte sein Know-how in der Scan- und Toner-technik ein, Heidelberg steuerte seine Kompetenzen im Papierhandling bei und stellte zudem seine weltweiten Vertriebskanäle zur Verfügung.

Um auch im Bereich des digitalen Schwarzweiß-Drucks ganz vorne mit dabei zu sein, übernahm Heidelberg im März 1999 die Kodak-Sparte Office Imaging. Die Mitarbeiter in Rochester, NY (USA), Kirkby (Großbritannien), Tijuana (Mexiko) und Mühlhausen (Deutschland) werden zu „Heidelbergern“. Noch im gleichen Jahr entstand in Rochester „Heidelberg Digital“, die als jüngste Tochter sämtliche Aktivitäten im Digitaldruckbereich bündelt. Das erste Produkt, die digitale Schwarzweiß-Druckmaschine Digimaster, war von Beginn an ein überzeugender Erfolg. Ihr Pendant im Farbdruckbereich – es wurde nach dem Joint Venture „NexPress“ benannt – zählt zu den Highlights auf der drupa 2000.

Besonderes Interesse weckt auf der weltgrößten Branchenmesse in Düsseldorf zudem die neue Zeitungsrotationsmaschine Heidelbergs, die Mainstream 80. Wie in seinen angestammten Märkten verfolgt Heidelberg auch bei der Zei-





tung ehrgeizige Ziele: In zehn Jahren sollen Zeitungsrotationen „Made by Heidelberg“ zu den führenden Produkten in diesem Markt gehören.

Den nun stark veränderten Anforderungen seiner Kunden wird Heidelberg aber nicht nur auf der Produktseite gerecht. Auf der drupa präsentiert sich das Unternehmen erstmals als umfassender Lösungsanbieter rund um das Thema Druck. In den so genannten Solution-Centers bietet das Unternehmen erstmals Beratung und Produktprogramme, die auf die speziellen Bedürfnisse bestimmter Kundengruppen zugeschnitten sind, vom Etikettendrucker bis zum Zeitungsverlag.

Erfolgreicher Börsenwert

Die wirtschaftliche Entwicklung Heidelbergs beeindruckte nicht zuletzt auch die Finanzwelt: Nur ein halbes Jahr nach dem Börsengang des Unternehmens Anfang Dezember 1997 wurde die Aktie in den MDAX aufgenommen, zeitgleich rückte das Papier in den Dow Jones STOXX und Dow Jones Euro STOXX vor. Der Erfolg an der Börse ging Hand in Hand mit dem wirtschaftlichen Aufschwung des weltweit agierenden Unternehmens: Lag der Gruppen-Umsatz im Geschäftsjahr 1995/1996 noch bei rund vier Milliarden Mark, so überschritt er im Geschäftsjahr 1999/2000 bereits die Acht-Milliarden-Mark-Grenze – eine Verdoppelung innerhalb von fünf Jahren, die sich auch in den Erfolgskennzahlen des Unternehmens widerspiegelt. Die Zahl der Mitarbeiter nahm im gleichen Zeitraum von 1995 bis 2000 um 100 Prozent zu: Zu Beginn des neuen Jahrtausends arbeiten rund 24 000 „Heidelberg“ in mehr als 170 Ländern der Erde.

Im Mittelpunkt aller Aktivitäten des Unternehmens stehen stets die Anliegen der Kunden. Da immer mehr Heidelberg-Drucker im boomenden Verpackungsmarkt nach Rollenflexo-Maschinen verlangen, erwarb Heidelberg im September 1999 dreißig Prozent der Gallus-Gruppe. Das Schweizer Traditionsunternehmen,

in seinem Bereich Qualitäts- und Marktführer, entwickelt und produziert Rollenruckmaschinen. Sie basieren insbesondere auf dem Verfahren Flexodruck sowie auf dem Buch- und Siebdruck. Damit spricht die Gruppe vor allem Etikettendrucker an.

Ständige Verfügbarkeit der Maschinenparks ist für die Drucker im harten Wettbewerb ein immer wichtigerer Erfolgsfaktor – und somit auch für Heidelberg. Dabei spielt das weltumspannende dichte Servicenetz der Heidelberg-Gruppe traditionell eine große Rolle. Seit September 1999 kann die Organisation auf das neue Welt-Logistikzentrum in Wiesloch zurückgreifen, das sie rund um die Uhr vollautomatisch mit Ersatzteilen versorgt. In Europa gelangen Ersatzteile innerhalb von 24 Stunden ans Ziel. International koordiniert ein Zentralcomputer mit Zwischenlagern die schnellsten Lieferwege für Ersatzteile jeglicher Art.

Der schnelle Wandel in der Branche stellt die grafische Industrie nicht nur auf der technologischen Seite vor neue Herausforderungen. Weiterbildung und gezielte Schulungen für Kunden und Mitarbeiter sind wesentliche Voraussetzung für den Umgang mit Daten und Produkten. Diesem Wunsch der Kunden entspricht Heidelberg im Jahr 2000 mit der Eröffnung der Print Media Academy, einem Schulungszentrum für die grafische Industrie. Die Academy versteht sich als Zentrum für Kommunikation, Qualifizierung und Wissen, in dem Erfahrungen aus der internationalen Druck-, Verlags- und Medienbranche zusammenfließen. Interessierte erhalten wichtige Ideen und bekommen Impulse für die Zukunft, das Angebot ist streng an den Bedürfnissen der Praxis ausgerichtet. Was heute in der Academy auf zeiteffiziente Art und Weise gelernt wird, soll morgen im Betrieb umsetzbar sein und spürbaren Nutzen stiften. Heidelberg zeigt sich also einmal mehr als Partner, der Brücken zwischen Theorie und Praxis, zwischen Tradition und Zukunft baut.

Hartmut Mehdorn – Wegbereiter zum Lösungsanbieter



Vier Jahre lang, von 1995 bis 1999, leitete Hartmut Mehdorn Heidelberg als Vorstandsvorsitzender. Während dieser Zeit richtete sich das Unternehmen strategisch neu aus: Durch Eigenentwicklungen und Akquisitionen wandelte sich der traditionelle Druckmaschinenhersteller zum Lösungsanbieter für die gesamte Druck- und Verlagsindustrie. Unter anderem verstärkte sich Heidelberg durch die Linotype-Hell AG im Druckvorstufen-Bereich, durch die Sparte „Office Imaging“ von Kodak im Digitaldruck und durch die Stahl-Gruppe im Sektor der Weiterverarbeitung. Zudem stieg das Unternehmen im November 1998 in den Bereich der Zeitungsrotationen ein. Um den Kundenservice weiter zu optimieren, wurde auch das Service- und Vertriebsnetz Heidelbergs weltweit ausgebaut.

Der 1942 geborene Mehdorn studierte in Berlin Maschinenbau. Seine Karriere begann er bei den Vereinigten Flugzeugwerken in Bremen. Über MBB in Hamburg kam er später nach Toulouse zur Airbus Industrie. Später kehrte er als Vorstand für das Luftfahrtressort der Dasa nach Deutschland zurück. Im Dezember 1999 wechselte Mehdorn als Vorstandsvorsitzender zur Deutschen Bahn AG.

Globale Weiterbildung und Wissenstransfer

Auch Branchen-Insidern fällt es nicht immer leicht, der rasanten technologischen Entwicklung in der grafischen Industrie sowie der zunehmenden Verschmelzung von Prepress, Press und Postpress Schritt zu folgen. Deshalb hat Heidelberg ein weltweit einmaliges Zentrum für Kommunikation, Qualifizierung und Wissen geschaffen: die Print Media Academy – eine Einrichtung, deren feierliche Eröffnung am 14. April 2000 einen gewaltigen Meilenstein in der Geschichte der Heidelberger Druckmaschinen AG markierte.

„Die Academy dient keineswegs nur dazu, Heidelberg-Mitarbeiter für die Zukunft fit zu machen“, betonte Dr. Bernd Kaiser, Geschäftsführer der Print Media Academy, bei der Einweihung; „vielmehr geht es uns darum, allen Akteuren aus der grafischen sowie Druck- und Verlagsindustrie ein Forum zu bieten, aus dem sie Impulse und Ideen für die Gestaltung ihrer eigenen Zukunft mitnehmen können.“

Aus diesem Grund vermittele die Print Media Academy nicht ausschließlich Know-how für den optimalen Umgang mit modernster Technik, sondern lade auch zu Kongressen, Podiumsdiskussionen oder Workshops ein. Die Print Media

Academy gibt ihren Besuchern auch das dazugehörige Handwerkszeug mit auf den Weg. Und wer als moderner Mediendienstleister über einen gut sortierten Werkzeugkoffer verfügen möchte, darf auf praxisorientierte Management-Tools nicht mehr verzichten. „Heutzutage reicht es nicht mehr aus, das Handwerk Drucken perfekt zu beherrschen. Um sich am Markt erfolgreich zu behaupten, muss man nicht zuletzt seine betrieblichen Abläufe professionell organisieren können“, erläuterte Kaiser.

Deshalb hat die Print Media Academy auch Management-Trainings in ihr Angebot aufgenommen. Dieser ganzheitliche Ansatz geht so weit, dass Hochschulabsolventen an der Print Media Academy einen Aufbaustudiengang zum Print Manager absolvieren können, der sie mit allen erforderlichen Branchen- und Technikenntnissen versorgt.

Damit dieses Wissen nicht nur in Heidelberg verfügbar ist, baut das Unternehmen ein globales Academy-Netzwerk auf. In sechs Zentren der Welt existieren derartige Standorte bereits. In der zweiten Jahreshälfte 2000 kommen Kairo und São Paulo hinzu. Dank Internet und Tele-teaching sind manche Seminarräume lediglich einen Mausklick weit entfernt – überall auf dieser Welt.

Die Print Media Academy in Heidelberg ist die Zentrale eines globalen Academy Netzwerkes. Hier fließen die Erfahrungen aus der internationalen Druck-, Verlags- und Medienbranche zusammen.



Ausbildung zu Eigenverantwortung

Rund 29 Millionen Mark jährlich investiert Heidelberg in die Qualifizierung ihrer mehr als 700 Auszubildenden allein in Deutschland. „Heidelberg hat das Thema Ausbildung immer schon sehr ernst genommen und hat jungen Menschen auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten hoch qualifizierte Ausbildungsplätze angeboten“, erklärte der Vorstandsvorsitzende Bernhard Schreier.

Eine Sonderstellung nimmt dabei der Standort Brandenburg ein. Dort liegt die Ausbildungsquote bei 20 Prozent (Bundesdurchschnitt im Maschinenbau: fünf Prozent). Extraklasse ist aber auch das Lerncenter-Konzept, das 1997 den „Ausbildungs-Oskar“, die höchste deutsche Auszeichnung auf diesem Gebiet, erhielt: Im dritten Ausbildungsjahr übernehmen die Brandenburger Auszubildenden die Montage von Nummerierfarbwerken und wickeln Aufträge für Kunden in aller Welt als Firma in der Firma ab. Dabei liegt die Verantwortung für alle Steuerungs-, Montage-, Qualitäts- und Dispositionsprozesse beim Nachwuchs, der auch Montagemanager aus den eigenen Reihen wählt. Die Ausbildungsleitung fungiert nur noch als Vorstand. Bei Heidelberg gibt es insgesamt acht solcher Lerncenter.

Eigenverantwortung, Kundenorientierung und unternehmerisches Denken als Lernziele bereits in der beruflichen Erstausbildung zu verankern zeigt den hohen Heidelberger Anspruch an die Mitarbeiter. Während der Ausbildung erfahren die Azubis eine intensive Betreuung. Eine persönliche Entwicklungsmappe mit Entwicklungsbögen, in denen Lernschritte in einzelnen Bereichen festgehalten sind, begleiten die Auszubildenden während der gesamten Lehrzeit.



Nach der Ausbildung treten an die Stelle der mit den Ausbildern vereinbarten Lernziele gemeinsame Zielvereinbarungen, die Gegenstand von Gesprächen mit den Vorgesetzten sind.

Management by objectives, die zielorientierte Qualifizierung der fachlichen Kompetenz, und Weiterentwicklung der persönlichen Fähigkeiten gehören für Heidelberg-Mitarbeiter vom ersten Arbeitstag an zum betrieblichen Alltag. Schon in der Ausbildung erfahren die jungen Leute unmittelbar, dass es auf jeden von ihnen ankommt, um Heidelberg weiterhin an der Weltspitze der Drucktechnik zu halten.

So folgen die Verantwortlichen an allen Standorten der gemeinsamen Aufgabe: „Damit wir auch in Zukunft der Konkurrenz eine Nasenlänge voraus sein werden, wird es im internationalen Wettbewerb immer wichtiger, Veränderungen nicht nur aus Anpassungsdruck durchzuführen, sondern sich heute schon Gedanken über die Herausforderungen von morgen zu machen“, so Vorstandsvorsitzender Bernhard Schreier. Anders formuliert: Lernen ist Bestandteil des Berufs.

Schon in der Ausbildung lernen die Heidelberg-Azubis eigenverantwortliches, kundenorientiertes und unternehmerisches Handeln. Das Lerncenter-Konzept des Unternehmens erhielt 1997 den „Ausbildungs-Oskar“, die höchste deutsche Auszeichnung auf diesem Gebiet.



Bernhard Schreier, Vorstandsvorsitzender der Heidelberger Druckmaschinen AG, über die Strategie des Unternehmens und die Herausforderungen an ein global agierendes Unternehmen.



In allen Bereichen strategisch ausgerichtet

Interview mit Bernhard Schreier, Vorsitzender des Vorstands der Heidelberger Druckmaschinen AG

Herr Schreier, Sie sind bereits seit 25 Jahren erfolgreich bei Heidelberg tätig. Welche Ereignisse haben Sie seit Beginn Ihrer Tätigkeit besonders beeindruckt?

SCHREIER: Ein Meilenstein war etwa meine Tätigkeit für Heidelberg in Frankreich, nachdem wir die US-Firma Harris Graphics erworben hatten. Es ging darum, uns als bis dahin traditionellen Bogenruckmaschinen-Anbieter auch im Rollenbereich zu profilieren. Das bedeutete den Transfer der damals in Deutschland begonnenen Rollenoffsetmaschinen-Produktion nach Frankreich. Kein leichtes Unterfangen, aber es verlief alles nach Plan. Von besonderer Bedeutung waren für mich natürlich auch die Akquisitionen der Linotype-Hell AG und der Kodak-Sparte Office Imaging. Es gibt viele weitere Highlights, die mich geprägt haben. Und es wird sich auch in Zukunft einiges tun bei uns.

Heidelberg hat sich vom klassischen deutschen Maschinenbauer zum internationalen Lösungsanbieter entwickelt, mit ausländischen Tochtergesellschaften, mit ausländischen Produktionsstätten. Wie hat sich dieser Wandel auf die Unternehmenskultur ausgewirkt?

SCHREIER: Als ich hier begonnen habe, waren wir ein traditioneller Mittelständler. Englisch wurde damals kaum gesprochen, und jede Flugreise musste noch vom Vorstand genehmigt werden. Das Unternehmen bestand eben nur aus den drei Standorten Heidelberg, Wiesloch und Geislingen. Inzwischen sind es zwanzig, und die sind auf der ganzen Welt verteilt. Englisch ist unsere Unternehmenssprache, und die meisten Präsentationen – auch hier in Heidelberg – laufen in Englisch ab. Während meines Arbeitsalltags kommuniziere ich zu 50 Prozent nicht in Deutsch. Wir sind eine multinationale und multikulturelle Gesellschaft.

Früher wurde viel vom Heidelberger Geist gesprochen. Was hat man darunter zu verstehen?

SCHREIER: Der Heidelberger Geist war früher der so genannte Schnellpressengeist – ein spezielles lokales Zusammengehörigkeitsgefühl. Heute verstehen wir darunter eher eine übergreifende Unternehmenskultur. Dabei hat das Management die Aufgabe, bestimmte Werte so zu vermitteln, dass sie als gemeinsame Grundeinstellung verstanden werden.

Das neue architektonische Wahrzeichen Heidelbergs gleich gegenüber dem Hauptbahnhof ist die Print Media Academy.

Der Heidelberg-Vorstand (v. l.): Dr. Herbert Meyer (Finanzen), Holger Reichardt (Marketing), Bernhard Schreier (Vorstandsvorsitzender), Dr. Klaus Spiegel (Technologie), Wolfgang Pfizenmaier (Digital).



Inzwischen haben die Heidelberger viele Erfahrungen mit der Integration übernommener Unternehmen gesammelt. Haben die neuen Töchter ihrerseits Einflüsse ins Unternehmen gebracht?

SCHREIER: Ja, man profitiert natürlich immer vom Know-how der anderen und von neuen, für uns unkonventionellen Sichtweisen. Und von der Internationalität. Außerdem haben wir viele gute Ideen übernommen – erfolgreiche Prozesse, die auch für Heidelberg nützlich sind.

Wie haben die neuen Mitarbeiter – zum Beispiel in Frankreich – auf die Übernahme durch ein deutsches Unternehmen reagiert? Gab es Ressentiments?

SCHREIER: Die Reaktionen waren durchweg positiv. Die meisten Unternehmen empfanden die Akquisition nicht als Über-, sondern als Aufnahme, als Aufnahme in sichere Hände. Da spielt die Nationalität keine Rolle, Hauptsache, der Partner ist wirklich so stark, um eine sichere Zukunft zu bieten.

Folgt der Übernahme ehemaliger Vertretungen und ausländischer Unternehmen demnächst eine stärkere Internationalisierung der Produktion?

SCHREIER: Wir produzieren ja schon international. Aber wenn man hier in Deutschland über Fertigung im Ausland redet, meint man meist Länder wie China oder Tschechien, wo die Arbeitskosten besonders günstig sind. Wir haben das in den vergangenen Jahren untersucht, sind aber zu dem Schluss gekommen, dass eine Heidelberger Bogenoffsetmaschine – um allein dieses Beispiel zu nennen – im Ausland nicht montierbar ist. Schon deshalb haben wir von einem solchen Schritt Abstand genommen. Für unsere Bogenoffsetmaschinen gibt es keine Alternative zum Produktionsstandort Deutschland. Das gilt ebenso für die USA und Frankreich hinsichtlich unserer Rollenoffsetmaschinen.

Bei Geräten mit weniger aufwändigem Know-how-Bedarf für die Montage kann man sich eine Produktionsverlage-

zung eher vorstellen. Aber bei einem Materialanteil von 80 bis 90 Prozent der Herstellkosten und nach der Prüfung, welche Zulieferer dieses Material in Niedriglohnländern überhaupt bereitstellen könnten, machen solche Überlegungen meist keinen Sinn. Dann fallen die geringeren Kosten für die zehn bis 15 Prozent Montageaufwand nicht mehr ins Gewicht. Also: Es lohnt sich heute für uns nicht, Produktionen wegen der Lohnkosten zu verlagern.

Gilt das auch für Software-Entwicklungen und Ähnliches?

SCHREIER: Software bekommt man heute überall. Uns ist es gleich, ob eine bestimmte Idee aus Japan, aus dem Silicon Valley oder aus Deutschland kommt. Wir verpflichten Software-Leute dort, wo sie vorhanden sind, und versuchen, sie auch dort zu lassen. Sie können Software per Internet in alle Regionen der Welt verschicken, so dass Sie 24 Stunden am Tag entwickeln können. Das ist im Vergleich zur Verlagerung einer Fertigung kaum personalrelevant.

In der Informationstechnologie, zu der auch die Druckindustrie gehört, wachsen alle Bereiche immer enger zusammen. Welche Auswirkungen spüren Sie zum Beispiel durch das Internet mit seinen Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten? Beunruhigen Sie diese Entwicklungen?

SCHREIER: Nein, denn der Markt von Druckerzeugnissen wird weiter wachsen – nicht trotz, sondern gemeinsam mit den elektronischen Medien. Ausschlaggebend ist hier die Erschließung neuer Märkte und die radikale Kundenorientierung. Die Zahlen zeigen uns, dass auf vielen Märkten der Welt der Printbereich noch lange nicht an seine Wachstumsgrenzen gestoßen ist. Es wird eine Kombination aus elektronischen Medien und Druckmedien geben. Wir selbst setzen zunehmend das Internet ein, um unseren Kunden zu helfen. Sie können sich beispielsweise die Dateien von einer Werbeagentur zuspiesen lassen, die Daten verarbeiten und

zurückspielen, damit sich die Agentur selbst einen Probeausdruck machen kann. Dann geht das Dokument mit dem Auftrag zur Druckerei zurück, die Vorlage 500-mal zu drucken. Die Auftragsbestätigung geht schließlich über das Internet zur Agentur. Das werden Anwendungen sein, in die wir sehr stark involviert sind. Gigabyte werden in Sekundenschnelle durch die Datenleitung geschossen, um ein bestimmtes Bild mit x Megabyte Datenvolumen fehlerfrei zu übertragen. Hier gibt es hinsichtlich der Fehlerfreiheit noch einiges zu tun, denn das Internet ist noch nicht grafikfähig.

Erwachsen der Druckmaschinenindustrie durch diese elektronischen Entwicklungen nicht auch völlig neue Wettbewerber aus ganz anderen Bereichen?

SCHREIER: Ja, aber mit unserer Division Heidelberg Digital sind wir gut gerüstet. Und wir beobachten natürlich die Entwicklungen auf dem Markt. Nehmen wir ein Beispiel: Hewlett Packard hat etwa die Vision des dezentralen Drucks. Es soll in Zukunft keine Druckmaschinen mehr geben – zumindest keine, wie sie Heidelberg herstellt. Denn jeder habe, so die Argumentation, seinen eigenen Drucker zu Hause. Wer Informationen auf Papier haben will, druckt sie laut HP direkt im Wohnzimmer oder wo auch immer aus. Der Gerätehersteller soll über Datenleitung – möglichst schneller als der Kunde selbst – feststellen, wenn ein Gerät defekt ist. Über Nacht wird dann ein Ersatzdrucker geliefert. Den erhält der Kunde natürlich geschenkt, weil alles durch Werbung finanziert wird. Gegen die kann sich der Nutzer gar nicht wehren, weil sie beim Drucken automatisch mit auf das Papier kommt.

Etwas näher an der Gegenwart liegen Unternehmen wie Canon oder Xerox, die nicht mehr von einer „mastergebundenen“ Druckproduktion über eine Druckplatte ausgehen. Die sagen: Künftig gibt es nur noch den elektronischen Digitaldruck. Dabei werden die Informationen aus einer digitalen Datenbank in eine

Maschine gespeist und in der vom Kunden gewünschten Anzahl in ausreichender Qualität ausgedruckt. Entscheidend sind jedoch die Anforderungen des Kunden an sein Druckprodukt. Bei mittleren und hohen Auflagenbereichen wird der Offsetdruck unschlagbar gut bleiben, während bei hohen Auflagen der Rotationsdruck seine Stärken ausspielt. Für personalisierte Drucke oder kleinere Auflagen ist der Digitaldruck die beste Lösung. Deshalb wird sich das Angebot – je nach den Kundenwünschen hinsichtlich Flexibilität, Qualität und Produktionsgeschwindigkeit – zwischen digitaler Druckmaschine, flexibler Bogendruckmaschine und hochproduktiver Rollendruckmaschine neu sortieren. Und gerade im digitalen Schwarzweiß- und auch im Farbdruck haben wir uns neu und stark aufgestellt. Wettbewerber wie Xerox nehmen das ernst.

Wann kommt die neue digitale Farbdruckmaschine auf den Markt?

SCHREIER: Wir werden sie zum ersten Mal auf der drupa 2000 in Düsseldorf präsentieren.

Werden die digitalen Maschinen auf Kosten des Offsetdrucks einen signifikanten Marktanteil erobern?

SCHREIER: Der Offsetdruck und der Digitaldruck decken völlig unterschiedliche Bedürfnisse ab, sei es, was etwa die Qualität oder auch die Auflage betrifft. Die digitalen Maschinen werden unseren Kunden zusätzliche Geschäfte bringen und ihnen neue Möglichkeiten eröffnen, sich gegenüber den elektronischen Medien zu behaupten.

Heidelberg präsentiert sich als Lösungsanbieter für die gesamte Druck- und Verlagsindustrie. Ist mit den neuen Maschinen für den Digital- und Zeitungsdruck das Produktspektrum abgerundet oder fehlt Heidelberg noch ein wichtiger Bereich, in den sich eine Investition lohnt?

SCHREIER: Unsere jetzt vorgestellte Zeitungsdruckmaschine ist nur die erste

Stufe hin zu einer kompletten Familie. Wenn wir von Zeitungslösungen sprechen, meinen wir von der Vorstufe über die Zeitungsproduktion bis hin zu Versandanlagen die gesamte Kette. Auch im Digitaldruck sind wir mit dem, was wir akquiriert und entwickelt haben, erst am Anfang. Unser Angebot muss noch wesentlich breiter werden.

Aber ansonsten denke ich, dass wir in allen Bereichen jetzt zielgerichtet aufgestellt sind. Wir müssen nur noch ein paar weiße Flecken füllen.

Wird das aus eigener Kraft geschehen oder folgen weitere Akquisitionen?

SCHREIER: Dafür kommen auch Akquisitionen in Frage. Wir haben dafür konkrete Ziele und einige Wunschkandidaten im Auge.

Wird es regionale Geschäftsschwerpunkte geben, die besonders großes Wachstum für die gesamte Unternehmensgruppe versprechen?

SCHREIER: Die große Wachstumsregion der Zukunft ist natürlich Asien mit dem sehr viel versprechenden chinesischen Markt. Dort stellen wir uns auf. Japan ist für uns nach wie vor ein guter Markt, der auf dem heutigen Niveau bleiben wird.

Zentraleuropa und Nordamerika werden im Druckbereich moderat zulegen, bei Südamerika gehen wir davon aus, dass wir in den nächsten Jahren ordentliche Zuwachsraten bekommen. Auch im Osten ist noch einiges drin. Da ist der Markt noch lange nicht ausgereizt. Die Entwicklung der Druckindustrie in vielen Zukunftsmärkten hängt vor allem von den politischen Verhältnissen ab. Wenn Informationen nicht frei sind, beeinträchtigt das schließlich auch die Druck- und damit die Druckmaschinenindustrie. Aber die Schwellenländer öffnen sich immer mehr, also werden unsere Produkte dort verstärkt gefragt sein.

Gibt es ein bestimmtes Heidelberger Erfolgsrezept, das auf die neuen Töchter übertragen werden kann?

SCHREIER: Unsere Führungsgrundsätze funktionieren bei Heidelberg sehr gut. Daraus kann man aber kein akademisches Fallbeispiel machen, das auf alles übertragbar ist, nur weil es bei Heidelberg gut funktioniert. Uns kommt zugute, dass wir aus einer soliden technischen Basis heraus agieren können, mit sehr viel Know-how auf dem Gebiet des Offsetdrucks. Da ist die Einstiegschwelle für jedes andere Unternehmen sehr hoch. Und durch unsere finanzielle Stärke können wir bestimmte Dinge sehr aggressiv vorantreiben.

Heidelberg hat traditionsgemäß eine sehr große Fertigungstiefe. Gibt es Überlegungen, dies zu ändern?

SCHREIER: Wir unterwerfen seit zwei Jahren alle unsere Teilefamilien einer Make-or-buy-Analyse. In manchen Fällen haben wir gesehen, dass es besser ist, von außen zu beziehen. Aber wir haben schon viele Teile auch wieder zurückgenommen, weil wir auf Grund des Mengen-Qualitätsverhältnisses im Markt keine bessere Produktionsmöglichkeit gefunden haben als unsere eigene. Insofern sehen wir dieses Thema relativ entspannt. Aber wir haben ein spezielles Team, das laufend überprüft, ob wir noch auf der richtigen Bahn sind.

Gibt es dabei Benchmarks, von denen Heidelberg lernen kann?

SCHREIER: Die gibt es überall. Wir machen das sehr selektiv, nicht global. Wir sagen also nicht, diese Firma ist für uns ein Benchmark, sondern etwa deren Lackiererei oder deren Marketing. Das müssen wir uns genauer ansehen. Wir suchen also sehr selektiv Bereiche aus, die andere ganz fantastisch machen.

Das schnelle Wachstum erfordert hoch qualifizierte Mitarbeiter und Nachwuchskräfte. Wo rekrutieren Sie neue Mitarbeiter?

SCHREIER: Wir haben im Produktionsbereich traditionell einen sehr guten Namen. Deshalb schreiben uns gute Leute, Hochschulabgänger etc. direkt an.

Zudem betreiben wir an den relevanten Hochschulen natürlich Marketing. Dafür haben wir im Personalbereich eine spezielle Abteilung. Wir haben Trainee-Programme für Studenten und genießen generell ein hohes Renommee.

Welche Rolle wird künftig die Print Media Academy in Ihrem Aus- und Weiterbildungskonzept spielen?

SCHREIER: Sie nimmt schon jetzt einen sehr hohen Stellenwert ein, schließlich ist sie in ihrer Form einmalig auf der ganzen Welt. Unsere Print Media Academy dient intern der Fort- und Weiterbildung, zum Beispiel der Vertriebs- und Service-Schulung, sowie der Ausbildung von Mitarbeitern unserer Vertretungen an unseren Maschinen. Unseren Kunden bieten wir ein vielfältiges Trainingsprogramm, das von der Aus- und Weiterbildung für Drucker und Monteure bis zum Aufbaustudiengang „Print Manager“ reicht. Kurz gesagt: Heidelberg will ihnen zeigen, wie sie auch in Zukunft erfolgreich bleiben. Denn für uns ist das das Wichtigste.

Wo sehen Sie zum Beginn des neuen Millenniums die größten Chancen und Herausforderungen für das Unternehmen?

SCHREIER: In diesem Jahr ist die drupa unsere größte Herausforderung. Auf der drupa 1995 sind wir noch als reiner Maschinenbauer mit Bogenmaschinen und Rollenmaschinen aufgetreten. Diesmal präsentieren wir uns als Lösungsanbieter für unsere Kunden, mit kompletten Prozess-Strecken – von der Dateneingabe bis zum fertigen Produkt, mit all den Facetten, die dazwischen notwendig sind. Wir stellen sämtliche Dienstleistungen vor und unsere Verbrauchsmaterialien, also Farben, Platten, Filme, Druckerei-Chemikalien. Und wir zeigen natürlich unsere Fortschritte im Digitaldruck und die neue Zeitungsdruckmaschine. Es gibt viel zu sehen, und das alles im neuen Corporate Design. Ich sehe aber auch die Monate und Jahre nach der drupa als äußerst spannend. Bei Heidelberg wird immer etwas los sein.

Cyberspace und Welt-raum – was bringt die Zukunft?

zunehmender Geschwindigkeit in die digitale Welt hinein. Digitale Technik ermöglicht die Informationsverbreitung via Internet; und selbst unsere Tageszeitung wird auf digital gesteuerten Maschinen gedruckt. Immer mehr Geschäfte werden über das Internet abgewickelt – der Cyberspace ist längst keine Spielwiese mehr nur für jugendliche Surfer. Die Raumfahrt dringt in neue Dimensionen vor, nach dem Mond ist nun der Mars das Ziel. In 350 Kilometer Entfernung von der Erde entsteht in internationaler Zusammenarbeit eine Raumstation, von der aus unsere Welt und der Kosmos noch genauer erforscht werden. Schon in wenigen Jahren sollen von diesem Raumschiff aus Menschen zum Mars starten, um herauszufinden, ob dort Leben möglich ist.

Visionen inspirieren zu Taten. Viele Entwicklungen, die über die Zukunft bestimmen, haben bereits in der Gegenwart ihren Anfang genommen. Schon jetzt wachsen wir mit







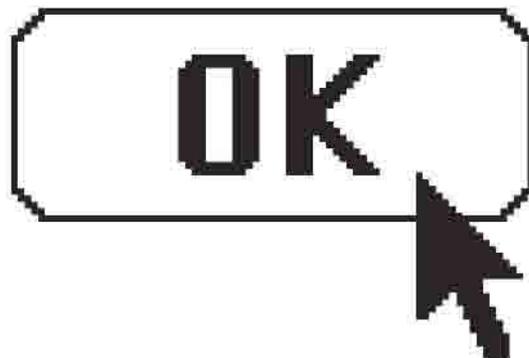






ZUKUNFT
ist die Zeit,
in der man
die ganze Vergangenheit
kennen wird.

Gabriel Laub



DIE NEUNZIGER JAHRE

1 Der Mars ist Ziel künftiger Raumfahrtmissionen. Sein Eispanzer am südlichen Pol belebt die Fantasie der Wissenschaft.

2 Die internationale Raumstation wird von sechs Personen bewohnt werden und Ausgangsbasis für Missionen ins All sein.

7 Börsenkurse.

8 Satellitenaufnahme. So scharf kann ein Satellit fotografieren (Kartografie der Erde).

9 Aibo – Sonys Roboterhund.

21 Mariko Mori, Foto- und Videokünstlerin aus Japan.

22 Satellit mit Sonnenkollektoren, der sich selbst betreibt.



34 Hybridauto. Der Antrieb erfolgt über eine Kombination aus Elektro- und konventionellem Benzinmotor.

35 Playstation.

36 Amerikanischer Wettersatellit mit Fernsehkanal.

37 Animation für ein Computerspiel.

38 Berlin. Auftritt der Hauptstadt im Internet.

39 Athen 2004. Werbung für die Olympischen Spiele.

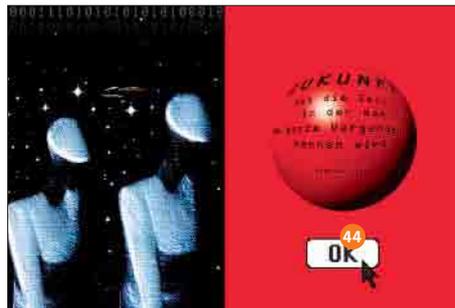
40 Plastische 3-D-Körperdarstellung.

41 Ägyptische Website von den Pyramiden.

42 Astronauten im Freigang.

43 Spiegel. Trotz aller Hightech und Raumfahrt – der Mensch bleibt Teil der Natur.

44 Zukunft ist... die Zeit, in der man die ganze Vergangenheit kennen wird. (Gabriel Laub, *1928, polnisch-tschechischer Aphoristiker).



3 Mit Feststoffraketen sollen Astronauten zum Mars transportiert werden.

4 Die Erde vom Weltraum aus gesehen.

5 0101-Reihe, die (mathematische) Sprache der digitalen Welt.

6 Fantasiegestalten sind zeitlos.

10 Raumfahrzeug mit aufgeklappten Solarplattenträgern.

11 Superbowl aus den USA.

12 Der Reichstag in Berlin.

13 Schwerelosigkeit in der Raumstation.

14 Der Leuchtturm von Pharos vor Alexandria, eines der sieben Weltwunder.

15 Der Beluga, das Transportflugzeug von Airbus.

16 Under Construction. Viele Internetseiten sind zwar schon namentlich geschützt, aber erst im Aufbau.

17 Neueste Technologien, hier von Frog Design Deutschland.

18 Satellitenaufnahme zur Vermessung der Erde.

19 Amerikanische Website für Chinesen.

20 NASA Website. Shuttle-Flug zur Radar-Erdvermessung.

23 Webcamera Asien.

24 MP3-Musiksender „beta-lounge“.

25 Astronauten bei der Arbeit.

26 Expo 2000.

27 Das Grabmal des Mausolos in Halikarnassos, eines der sieben Weltwunder.

28 Mars-Shuttle-Landung. Fiktion.

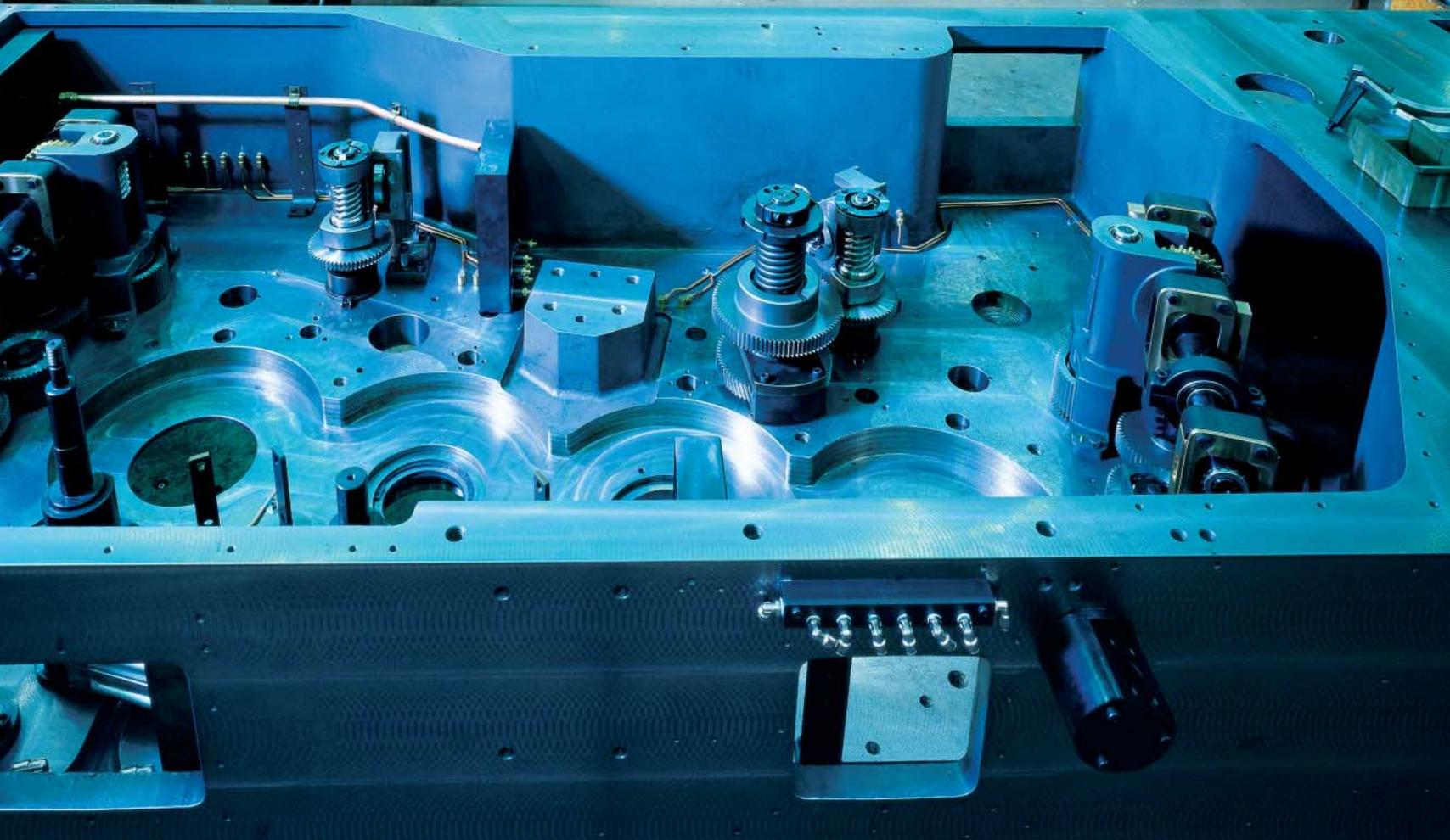
29 Lara Croft. Erste berühmte Cyberwoman.

30 Mars. Fiktion einer Erkundung dieses Planeten.

31 Satellitenaufnahme vom Mars.

32 Holographie eines menschlichen Kopfes.

33 Japanische Website der US-Künstlerin Cindy Sherman.



Spezialist für den Rollenoffsetdruck

Der Name Heidelberg Harris geht Kunden und Mitarbeitern auch heute noch locker über die Lippen, gilt er doch weltweit als der Inbegriff für State-of-the-Art-Rollenoffsetmaschinen: Die M-600 etwa erfährt höchste Anerkennung in den Druckbetrieben rund um den Globus. Doch die Unternehmensentwicklung ist schon wieder fortgeschritten: Die Rollenoffsetprodukte siedeln inzwischen als Business Unit „Web Systems“ im Bereich Press (Druck) der Heidelberger Druckmaschinen AG. Die Integration des im Jahr 1988 übernommenen amerikanisch-französischen Unternehmens ist somit vollendet.

Angefangen hat alles 1890 mit zwei Brüdern in der verschlafenen Ortschaft Niles im US-Bundesstaat Ohio. Charles und Alfred Harris, die Besitzer eines Juwelierladens, besuchten Mister Smith, den Drucker der „Niles Independent“, und reklamierten die noch nicht fertig gestellten Rechnungsformulare. Der Drucker entschuldigte sich damit, dass er mit den Aufträgen nicht nachkomme, weil er das Papier für die Druckerpresse von Hand einlegen müsse, im besten Fall schaffe er 25 Bogen in der Minute.

Wieder zu Hause angelangt, machte sich der Jüngere der Brüder ans Werk. Noch im selben Jahr konstruierte Charles Harris einen automatischen Papierzuführer ganz aus Holz. Da bei den Entwicklungsarbeiten das Geld knapp wurde,

gingen die Harris-Brüder eine Partnerschaft mit dem Rechtsanwalt H. K. Tayler in Warren/Ohio ein. Tayler sollte das Patent für den Papierlader beantragen, Geld zum Bau des Zuführers und einer Druckpresse bereitstellen und auch eine Firma zur Fabrikation der Maschinen gründen.

Nach etlichen Verbesserungen wurde der erste automatische Papierzuführer, verbunden mit einer ebenfalls von Harris selbst entwickelten Druckmaschine, unter der Aufsicht der Harris-Brüder in der Winfield Manufacturing Company in Warren gebaut. Beim Test landete jedoch kein einziges Blatt richtig in der Maschine.

Im Frühjahr 1896 waren die Fehler an der Konstruktion ausgemerzt. Bei einem Probelauf konnte die Maschine automatisch 250 Bogen in der Minute, 15 000 in der Stunde, drucken – zehnmal mehr als die 25 Bogen pro Minute im Handbetrieb. Das war für die damalige Zeit offenbar zu viel: Die meisten Druckereibesitzer brachen in ungläubiges Gelächter aus, wenn Charles Harris behauptete, seine Maschine könne 15 000 Umschläge oder Postkarten in der Stunde produzieren. Bruder Alfred stellte ärgerlich fest: „Wir werden in einer Goldmine verhungern.“ Der Ausweg aus dem Dilemma: Fortan priesen die Harris-Brüder ihre Maschine mit einer Leistung von nur 5 000 Druck pro Stunde an. Das wirkte.

Die bekannte Brooks Printing Company in Cleveland bestellte nach einer



Mit der Mainstream 80 stellt der Geschäftsbereich Heidelberg Web Systems, in dem Harris aufgegangen ist, zur Drupa 2000 eine neue Zeitungsrotationsmaschine vor.

In der Produktionsstätte im französischen Montataire, früher Marinoni, stellt Heidelberg Rollenoffset-Druckmaschinen wie die erfolgreiche M-600 her.



Die Rotationsoffset-Druckmaschinen von Heidelberg Web Systems zeichnen sich durch bahnbrechende Innovationen, unbedingte Zuverlässigkeit und höchste Druckqualität aus. Im Werk Montataire baut Web Systems unter anderem die M-600, von der seit 1993 mehr als 1 000 Druckeinheiten ausgeliefert wurden.

gelungenen Demonstration, bei der die Maschine statt der versprochenen 5 000 Druck pro Stunde 14 000 schaffte, als erster Kunde eine Harris-Druckmaschine. Im November 1897 wurde die E-1 an die Brooks Printing ausgeliefert.

Schon 1898 experimentierten die Harris-Brüder mit der Idee einer Rotationsoffsetdruckmaschine, bauten zwei Modelle und erhielten dafür ein Patent. Doch der damals verwendete Steinzyylinder ließ sich nur schwer handhaben und lieferte stark schwankende Druckqualität. Weitere acht Jahre lang beschäftigte sich Charles Harris mit Plänen und Entwürfen. Im Jahr 1906 kam endlich der Durchbruch: Die Harris-Brüder produzierten die weltweit erste kommerziell erfolgreiche „Offset lithographic press“. Sie ging im Juli 1906 an die Republic Banknote Company of Pittsburgh. Bis Ende 1907 stellte die Firma weitere 53 Maschinen her – ein neuer Markt war geboren.

Nach dem frühen Tod von Charles Harris im Jahr 1910 engagierte Alfred junge Ingenieure, die in der Folgezeit für Dutzende von Patenten und bahnbrechende Neuentwicklungen sorgten.

Zwei Erfindungen ragten dabei heraus: die erste Zweifarben-Offsetmaschine 1921 und die erste Vierfarb-Druckmaschine im Jahre 1931.

Einen geschäftlichen Meilenstein markierte das Jahr 1926: Harris kaufte nacheinander die Konkurrenten Premier Potter Press Company und Seybold Machine Company. Das so vergrößerte Unternehmen firmierte in den folgenden Jahren als Harris-Seybold.

Firmenmitbegründer Alfred Harris starb 1943. Sein Sohn Alfred Stull Harris wurde 1944 Präsident des Unternehmens. Stull Harris trieb die Entwicklung neuer Modellgenerationen voran und gründete ein chemisches Forschungslabor, um neue Chemikalien für den Druckprozess und die Qualitätskontrolle zu erforschen. Als Stull Harris überraschenderweise 1947 starb, hatten Erfinder des Unternehmens fast 250 Innovationen zum Patent angemeldet.

Stull Harris hinterließ dem Unternehmen auch ein ungewöhnliches strategisches Werkzeug – „Fünf-Jahres-Pläne“. Was sich fast wie sozialistische Planwirtschaft anhört, erwies sich bald als eine höchst erfolgreiche strategische Planung, die das Unternehmenswachstum beschleunigte und später auch in neue Aktivitäten führte.

Der erste Fünf-Jahres-Plan, drei mit der Schreibmaschine beschriebene Blatt Papier, reichte von 1944 bis 1949. Darin definierte das oberste Management Fir-



menziele wie jährliche Verkaufspläne, die Ausweitung der Produktpalette und Modellbereinigungen.

Der Erfolg des ersten Plans zeigte sich nach Ablauf 1949: Harris-Seybold lieferte Maschinen im Wert von 20 Millionen Dollar aus, ein viermal so großes Volumen wie vor dem Zweiten Weltkrieg.

Für seinen zweiten Fünf-Jahres-Plan (1949 bis 1954) setzte sich das Unternehmen zum Ziel, der grafischen Industrie eine Bandbreite von 50 Modellen anzubieten; außerdem beschleunigte Harris-Seybold den Wachstumsprozess durch die Akquisition der C. B. Cottrell & Sons Company of Westerly, USA. Die Hochgeschwindigkeits-Rotationsdruckmaschinen dieser Traditionsfirma wogen 250 Tonnen und konnten bis zu 80 000 Zeitschriften pro Stunde produzieren. Mit dieser Akquisition etablierte sich Harris-Seybold in der Spitzengruppe der Druck-

maschinen-Hersteller in den Vereinigten Staaten.

Während der Zeit des dritten Fünf-Jahres-Plans (1954 bis 1959) verließ das damalige Management unter der Leitung des Vorstandsvorsitzenden R. Verne Mitchell das angestammte Feld der Druckmaschinenfabrikation und expandierte in den Bereich der elektronischen Kommunikation. Denn schon damals sah die Harris-Leitung ein Zusammenfließen von Druck- und elektronischen Kommunikationsmedien voraus. Mitte der 50er Jahre zeichnete sich in den USA bereits eine zunehmende Konkurrenz zwischen Print- und elektronischen Medien im Anzeigengeschäft sowie bei Nachrichten, Unterhaltung und Erziehung ab. Deshalb kaufte Harris-Seybold Gates Radio of Quincy, Illinois, einen Produzenten von Sendeanlagen. Gates versorgte rund ein Viertel der amerikanischen Rundfunkstationen mit Geräten für den Sendebetrieb.

Ab 1955 wurden die Aktien der Harris-Seybold an der New Yorker Börse gelistet, was die Finanzierung der weiteren Expansion erleichterte.

Ein weiterer Meilenstein der Harris-Entwicklung in der Periode des dritten Fünf-Jahres-Plans: Das Unternehmen fusionierte 1957 mit der Intertype Corpora-

Mit dem Kauf von Harris Graphics im Jahr 1988 kam auch der traditionsreiche französische Druckmaschinenhersteller Marinoni S. A. zu Heidelberg.





Präzision bis ins kleinste Detail. Die Sunday-Technologie bietet den Druckereien höchste Qualität und Bedienungs-freundlichkeit.

tion of Brooklyn, einem führenden Hersteller von Setzmaschinen mit Erfahrungen im damals neuen Fotosatz. Schon 1949 hatte Intertype ein erfolgreiches System namens „Fotosetter“ herausgebracht, das später im Verbund mit Harris zum Fototronic Phototypesetter weiterentwickelt wurde. Die neue Firma nannte sich Harris-Intertype Corporation.

In den Jahren 1959 bis 1964 gliederte sich das Unternehmen in Geschäftseinheiten (Harris-Seybold, Cottrell, Intertype, Harris Intertype Ltd. und Gates Radio) und schuf damit die Basis für die weitere Expansion. 1959 erwarb Harris die PRD Electronics (Polytechnic Research & Development). Die neue Tochter produzierte Kurzwellen-Mess- und Testapparaturen mit elektronischen Bauteilen und entwickelte computergesteuerte Kontrolleinrichtungen.

Im Druckbereich übernahm Harris-Intertype 1963 den französischen Druckmaschinenhersteller Marinoni S. A. und hatte damit einen Brückenkopf in Europa. Das 1847 gegründete Unternehmen Marinoni hatte 1867 die erste Rotationsmaschine für das „Petit Journal“ ausgeliefert – mit einer Leistung von 20 000 Heften in der Stunde.

Nach weiteren Zukäufen und Eigen Gründungen in Europa fusionierte Harris-Intertype während der Planperiode 1964 bis 1969 mit der Radiation Incorporated in Melbourne/Florida, einem der führenden Unternehmen im Bereich digitaler Kommunikationsgeräte, Satelliten-Kommunikationsterminals sowie anderer elektronischer Systeme. Radiation lieferte Ausrüstungen für das Apollo-Raumfahrtprogramm und war damals siebtgrößter Arbeitgeber in Florida.

Mit dem Merger verschoben sich die Gewichte weiter in Richtung Elektronik und weg vom Druckmaschinengeschäft. Das Harris-Management teilte die Aktivitäten fortan in drei Divisions: Druck, Elektronik und internationales Business.

Nachdem die internen Planziele vorzeitig erreicht worden waren, initiierte das Management bereits 1968, ein Jahr

früher als vorgesehen, den sechsten Fünf-Jahres-Plan. Das Ziel war schlicht, die Wachstumsgeschwindigkeit aufrechtzuerhalten. Zugleich expandierte die Harris-Gruppe weiter auf dem Feld elektronischer Anwendungen.

So akquirierte das Management 1969 den Funkgeräte-Hersteller R F Communications in Rochester/New York, 1970 die TV-Sendeanlagen-Aktivitäten von General Electric und 1973 Sanders Associates Data Systems Group, die interaktive Terminals produzierte. Und nach weiteren Akquisitionen im elektronischen Bereich war auch nach außen erkennbar, dass Harris sein Gesicht völlig verändert hatte. Aus dem traditionsreichen Offsetrotationsdruckmaschinen-Hersteller war ein Unternehmen der elektronischen Kommunikation und Informationsverarbeitung geworden.

Die Konsequenzen schienen unausweichlich: Der angestammte Druckbereich hatte keinen Platz mehr im neuen Hightech-Unternehmen, das inzwischen drei Viertel seines Umsatzes in der Elektronik generierte. Am 29. April 1983 wurde das Druckgeschäft an Clayton & Dubilliers verkauft, Harris-Manager beteiligten sich in Form eines Management-Buy-outs.

Fortan firmierte der Druckmaschinenbereich als Harris Graphics Corporation. Das Unternehmen wechselte im Juni 1986 erneut den Besitzer. Doch der neue Eigentümer AM International Harris Graphics behielt seine Tochter nicht lange: 1988 übernahm die Heidelberger Druckmaschinen AG Harris Graphics. Damit war das Tor aufgestoßen zu einer neuen glänzenden Zukunft für das amerikanisch-französische Unternehmen.

Die Früchte der vereinten Anstrengungen zeigten sich bald, zum Beispiel in der neu entworfenen M-600 oder in der M-3000 mit der Sunday-Technologie, die bis zu 100 000 Druck pro Stunde produzieren kann.

Inzwischen ist aus Heidelberg Harris das Geschäftsfeld Rollenoffset innerhalb der Heidelberg-Gruppe geworden.

Technologieführer in der Druckvorstufe

Mit der Übernahme der Linotype-Hell AG 1996 vereinigten sich unter dem Dach der Heidelberger Druckmaschinen AG drei traditionsreiche Unternehmen der Druckindustrie zu einer Leistungsgemeinschaft: Linotype, Hell und Heidelberg repräsentieren drei Wurzeln, die im Laufe der Evolution aufeinander zu gewachsen sind. Viele Jahrzehnte lang hatten sich die Unternehmen parallel entwickelt, bis zunächst Linotype und Hell die Kräfte bündelten, um dann gemeinsam in schwieriger Zeit bei Heidelberg die Aktivitäten um den Bereich Prepress zu erweitern.

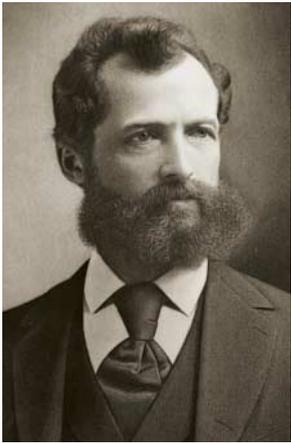
Am Anfang der beiden Unternehmen Linotype und Hell standen – wie einst bei der Hamm'schen Schnellpressenfabrik – Techniker mit unternehmerischer Tatkraft: Ottmar Mergenthaler und Rudolf Hell. Der am 11. Mai 1854 im württembergischen Dorf Hachtel geborene Ottmar

Mergenthaler begann in Bietigheim bei Stuttgart 1868 eine Lehre als Uhrmacher. Im Sommer 1872 schloss der 18-Jährige seine Lehrzeit erfolgreich ab. Als ihm August Hahl, Sohn des Lehrmeisters, eine Stelle in seiner Fabrik für elektrische Instrumente in Washington anbot, verließ Mergenthaler im gleichen Jahr mit der „Berlin“ Deutschland. Die Firma Hahl zog bald nach Baltimore in der Hoffnung um, dort mehr Aufträge zu erhalten.

„Anfang August 1876 finden wir Hahl in seinem Büro in Baltimore, Mercer Street 13, in Unterhaltung mit Charles T. Moore“, schrieb Mergenthaler später: „Moore war der Erfinder eines Apparates, den er eine ‚Schreibmaschine‘ nannte.“ Ottmar Mergenthaler untersuchte die Maschine, schlug Verbesserungen vor und zeichnete Entwürfe. Sein Modell arbeitete tadellos. Mergenthaler vollendete die Setzschreibmaschine im Sommer 1877, die Anlage lief hervorragend. Doch das Verfahren erwies sich in der Praxis als untauglich.



Im ehemaligen Hell-Werk in Kiel bündelte Heidelberg nach der Übernahme von Linotype-Hell die Aktivitäten des Prepress-Bereichs, der heute Teil von Heidelberg Digital ist.



Im Jahr 1883 machte sich Ottmar Mergenthaler in Baltimore selbstständig. Im Juli 1884 führte er erfolgreich seine bahnbrechende Setzmaschine vor.

1883 trennte sich Mergenthaler von Hahl und eröffnete in der Bank Lane in Baltimore eine eigene Werkstatt. Er suchte weiter nach einem Weg, Buchstaben automatisch in ganze Zeilen zu gießen.

Auf dem Weg nach Washington zu Investoren kam dem jungen Unternehmer die geniale Idee: „Warum nicht Buchstaben direkt in die Typenstangen prägen und in der gleichen Maschine Metall in diese gießen?“ Im Juli 1884 konnte er seine neue Setzmaschine den Investoren und Interessenten vorführen.

Der Erfinder beschrieb später selbst den historischen Moment der Demonstration der ersten gießenden Maschine: „Ruhig und leise glitten die Matrizen an die für sie bestimmten Plätze, wurden festgehalten und ausgerichtet, die Pumpe entleerte sich, eine fertige Zeile, wie Silber scheinend, fiel aus der Maschine

und die Matrizen kehrten an ihre normalen Plätze zurück. All dies war die Arbeit von nur 15 Sekunden.“

O. Mergenthaler war jedoch immer noch unzufrieden und arbeitete fieberhaft an Verbesserungen. Nach mehreren Zwischenstufen reifte nun die endgültige Konstruktion heran, die später unter dem Namen Linotype (für „line of types“) den Siegeszug rund um die Welt antrat.

Die Geldgeber hatten sich in der National Typographic Company of West Virginia organisiert, an der sich eine Gruppe von Zeitungsverlegern beteiligte, um sich die Früchte der Erfindung zu sichern.

Im Oktober 1885 wurde die Mergenthaler Printing Company mit einem genehmigten Aktienkapital von einer Million Dollar gegründet. Die Mehrheit der neuen Gesellschaft hielt die National Typographic Company, die Altaktio-



Jahrzehntelang beherrschte die „Linotype“ die Satzherstellung in aller Welt. Schon ab 1935 konnten die Maschinen mit Lochstreifen gefüttert werden. Erst Mitte 1976 lieferte Linotype die letzte Setzmaschine für Bleisatz aus.

näre und das Verleger-Syndikat durften bevorzugt die neuen Aktien zeichnen. Im Juli 1886 nahm die erste Setzmaschine bei der „New York Tribune“ ihren Dienst auf.

Im April 1890 bekam Mergenthaler den Auftrag für den Bau von 100 Maschinen. Das Unternehmen firmierte nach einer Kapitalerhöhung nun als „Linotype Company of New Jersey“ (Aktienkapital fünf Millionen Dollar). Auf dieser Basis gelang in den Folgejahren der ökonomische Durchbruch von Mergenthalers Jahrhundert-Erfindung.

Mergenthaler erkrankte an Tuberkulose und starb am 28. Oktober 1899 im Alter von nur 45 Jahren. Sein Lebenswerk, von Thomas Edison einst als „achtes Weltwunder“ bezeichnet, befand sich zu dieser Zeit schon auf dem Siegeszug rund um den Globus. Ende 1894 stand die erste Linotype zur Demonstration in einem gemieteten Laden in der Französischen Straße in Berlin. Dort sah sie auch August Scherl, Verleger des „Berliner Lokal-Anzeigers“. Er beschaffte die Patentrechte zum Bau in Deutschland. Die am 28. Oktober 1896 gegründete „Mergenthaler Setzmaschinen-Fabrik GmbH“ lieferte am 25. Mai 1899 die erste in Deutschland gebaute Linotype an die „Zerbster Extrapost“, wo die Maschine gut 40 Jahre ihren Dienst tat.

Ein anderer Entwicklungsstrang, der später in Linotype mündete, ist das Geschäft mit den Schriften. Schon 1900 produzierte D. Stempel Typenmatrizen für die Linotype-Maschinen. Die ersten Schriften hießen Kolonel Fraktur Nr. 5 und Petit Fraktur Nr. 5. Die Firma D. Stempel kaufte sich in andere Schriftbibliotheken ein. Als schließlich 1985 Linotype die Schriftenabteilung der D. Stempel AG übernahm (und zugleich Kooperationsabkommen mit Apple Computers, dem Softwarehaus Adobe und ITC abschloss), kamen so berühmte Namen wie Haas'sche Schriftgießerei oder Deberny & Peignot in die Linotype-Schriftenbibliothek. Mittlerweile ist sie auf 4 400 Schriften angewachsen.

Jedoch auch die Linotype-Hardware veränderte sich dramatisch und nahm

die technischen Erfindungen der Zeit auf. Schon 1935 wurde zum Beispiel die erste Setzmaschine mit Lochstreifen-Eingabe vorgestellt, 1958 startete das Unternehmen die Produktion seines ersten integrierten Fotosatzsystems mit Lochstreifen, genannt „Linofilm System“. Und die Setzmaschine „Lino Quick Setter“ setzte 1966 bereits 30 000 Zeichen pro Stunde. Im Jahr 1969 eine weitere Innovation: Linotype stellte seine „Linotron 505“ vor, eine Setzmaschine auf der Basis der Kathodenstrahl-Technik.

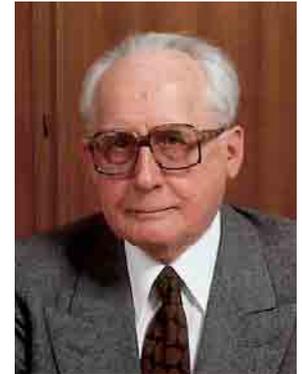
1973 fusionierten die Mergenthaler Setzmaschinen GmbH und die Linotype GmbH. Die neue Gesellschaft hieß Mergenthaler-Linotype GmbH mit Sitz in Frankfurt.

Der technologische Wandel beschleunigte sich in den Jahren 1975/76: Das Unternehmen stellte das erste Linotronic Fotosatzsystem mit Bildschirmanzeige und Diskettenspeicher vor. Zugleich lief die Zeit der Setzmaschinen nach Mergenthalers Prinzip des heißen Metalls nach 90 Jahren endgültig aus. Die letzte Linotype-Setzmaschine wurde 1976 ausgeliefert.

1987 übernahm die Commerzbank Linotype, formiert das Unternehmen unter dem Namen Linotype AG neu und brachte es erfolgreich an die Börse. Drei Jahre danach verschmolzen die Linotype AG und die Dr.-Ing. Rudolf Hell GmbH zur Linotype-Hell AG. Bald bekam das neu strukturierte Unternehmen die Konkurrenz des Desktop Publishing zu spüren und geriet in eine tiefe Krise.

Die Hell-Story

Der am 19. Dezember 1901 im bayerischen Eggmühl geborene Rudolf Hell fiel während des Ingenieurstudiums seinem Professor Max Dieckmann frühzeitig auf. 1927 präsentierten der Professor und sein Student auf der Gewerbeausstellung in München die erste Fernsehsende- und Empfangsstation. Im selben Jahr schloss Rudolf Hell sein Studium mit der Promotion ab. Nach dem Studium gründete Hell mit 28 Jahren seine eigene Firma in



Der geniale Erfinder Rudolf Hell gilt als einer der Väter des Fernsehens und des Faxgeräts. Für die Druckindustrie von überragender Bedeutung sind aber seine Scanner zur elektronischen Bildverarbeitung.

Berlin. Basis seiner unternehmerischen Karriere war seine bahnbrechende Erfindung, die später unter dem Namen „Hell-Schreiber“ berühmt werden sollte. Damit gilt Rudolf Hell als Urvater des Faxgeräts. Die Apparate fanden schnell Verbreitung bei Presseverlagen, bei Post, Polizei und Wetterdiensten.

Das Unternehmen wuchs kontinuierlich. Doch der Zweite Weltkrieg beendete vorläufig den Aufstieg der Firma – die Produktionsanlagen wurden vollständig zerstört. Aber bereits 1947 wagte der Erfinder einen Neuanfang – diesmal in Kiel-Dietrichsdorf.

Ab 1951 experimentierte Rudolf Hell mit einer Klischee-Graviermaschine. Drei Jahre später war der „Klischograph“ reif

für die Markteinführung und eroberte schnell die Verlagshäuser in Deutschland und Europa.

Hells Ideenreichtum sprudelte auch in den folgenden Jahren. 1963 präsentierte er den Scanner „Chromagraph“; 1964 folgten das System „Digiset“ für die digitale Schriften- und Bildwiedergabe sowie „Pressfax“ zur Fernübertragung kompletter Zeitungsseiten. 1971 begann Rudolf Hell mit der Produktion von Fernkopiergeräten für das Büro – die weltweit ersten Faxgeräte für einen breiten Kundenkreis. Eine Vielzahl weiterer Innovationen folgte im Laufe der Jahre, so zum Beispiel das elektronische Bildbearbeitungssystem „Chromacom“ von 1980.

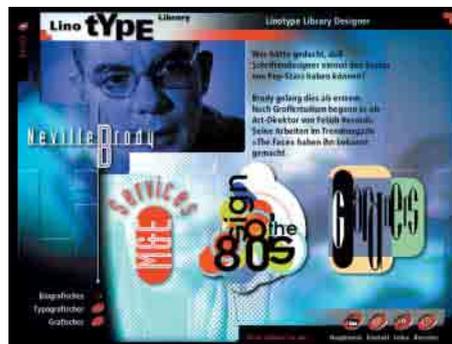
Das dynamische Wachstum erforderte organisatorische und kapitalmäßige Anpassungen. 1971 wandelte Hell zum 1. April die offene Handelsgesellschaft in die Dr.-Ing. Rudolf Hell GmbH um und verkaufte die Mehrheit der Anteile an die Siemens AG. Zehn Jahre später übergab er sein Lebenswerk ganz an Siemens.

Als im Jahr 1990 Hell und Linotype zur Linotype-Hell AG verschmolzen, verabschiedete sich Rudolf Hell im Alter von 88 Jahren auch in seiner Funktion als Ehrenvorsitzender des Aufsichtsrats.

Durch den rasanten technologischen Wandel im Prepress-Bereich und der Dominanz des Desktop-Publishing geriet Linotype-Hell zunehmend in wirtschaftliche Schwierigkeiten. Die Hauptaktionäre suchten einen starken Partner – und fanden ihn 1996 in der Heidelberger Druckmaschinen AG, deren Vorstand und Aufsichtsrat gerade beschlossen hatten, das Unternehmen zu einem Lösungsanbieter für die Druckindustrie auszubauen.

Unter dem Vorstandsvorsitz von Bernhard Schreier, dem jetzigen Vorsitzenden des Heidelberg-Vorstands, wurde das Unternehmen saniert, der ehemalige Linotype-Sitz in Eschborn aufgelöst und das Unternehmen Linotype-Hell als Business Unit Prepress in die Heidelberger Druckmaschinen AG integriert. Nun ist der Prepress-Bereich Teil von Heidelberg Digital.

Ein Schatz aus dem Fundus von Linotype ist die Schriftenbibliothek, die nun zu Heidelberg gehört. Sie vereint historische Schriftzeichen und modernste typografische Gestaltungsvarianten. Auf zwei CD-ROMs kann heute jeder Grafiker und Drucker aus mehr als 10 000 Schrifttypen auswählen.



Perfektion beim Binden und Kleben

Das amerikanische Unternehmen Sheridan Systems, das im August 1996 zur Heidelberg-Gruppe kam, wird in diesem Jahr 165 Jahre alt – 15 Jahre älter als die Muttergesellschaft. Das Unternehmen wurde 1835 von Bernard Sheridan in New York gegründet – in einer Zeit, als die Nachfrage nach gedruckter Information, Bildung und Unterhaltung rasant wuchs. Die Sheridan Company stellte von Anfang an Buchbindereimaschinen für das grafische Gewerbe und die Zeitungsdruckereien her und

machte sich schnell einen Namen als Spezialist für das Binden von Magazinen und Katalogen.

30 Jahre nach der Gründung sorgte Sheridan weltweit für Schlagzeilen in der Druckindustrie, als das Unternehmen seine „perfect binding“-Maschine auf den Markt brachte.

Diese Erfindung markierte einen Meilenstein in der Evolution der Buch- und Zeitschriftenverarbeitung. Sie bot zum ersten Mal eine kommerzielle maschinelle Klebstoffbindung für Bücher an. „Perfect binding“ wurde bald zum Ter-



Das Traditionsunternehmen Sheridan blickt auf eine längere Firmengeschichte zurück als Heidelberg: Im Jahr 1835 gegründet, kam es 1996 zur Heidelberg-Gruppe. Am Standort in Dayton, Ohio, werden neben Anlagen zum Binden und Heften von Druckerzeugnissen auch Versandsysteme für Zeitungen produziert und vertrieben. Sheridan gehört nun zu der Heidelberg Business Unit Web Systems.

minus technicus der gesamten Branche. Doch es sollte allerdings noch einige Jahrzehnte dauern, bis das Konzept wirklich perfektioniert werden konnte. Der große Durchbruch kam Ende der 40er Jahre, als Sheridan zusammen mit der DuPont Corporation einen Heißkleber entwickelte, der wesentlich stärker war als die bis dahin verwendeten Klebemittel.

Diese Innovation brachte einen Quantensprung in der Produktivität. Führende Druckereien wie R. R. Donnelley, Curtis Publishing, das US Government Printing Office sowie W. F. Hall begannen sehr schnell, diese neue Technologie einzuführen. Bald wurde das „perfect binding“-System eine der beliebtesten und effektivsten Methoden des Buchbindens.

Die Kooperation mit R. R. Donnelley, damals die größte Druckerei der USA, hatte schon in den 30er Jahren Früchte getragen, als die beiden Unternehmen an der Entwicklung der ersten automatischen Verpackungsmaschine für Bücher und Zeitschriften zusammenarbeiteten. Und im Jahr 1934 belieferte Sheridan die Firma Donnelley mit dem ersten Hochleistungs-Dreimesser-Stapelschneider. Zwei weitere Sheridan-Innovationen hatten im Bereich der Weiterverarbeitung in der Druckindustrie eine revolutionäre

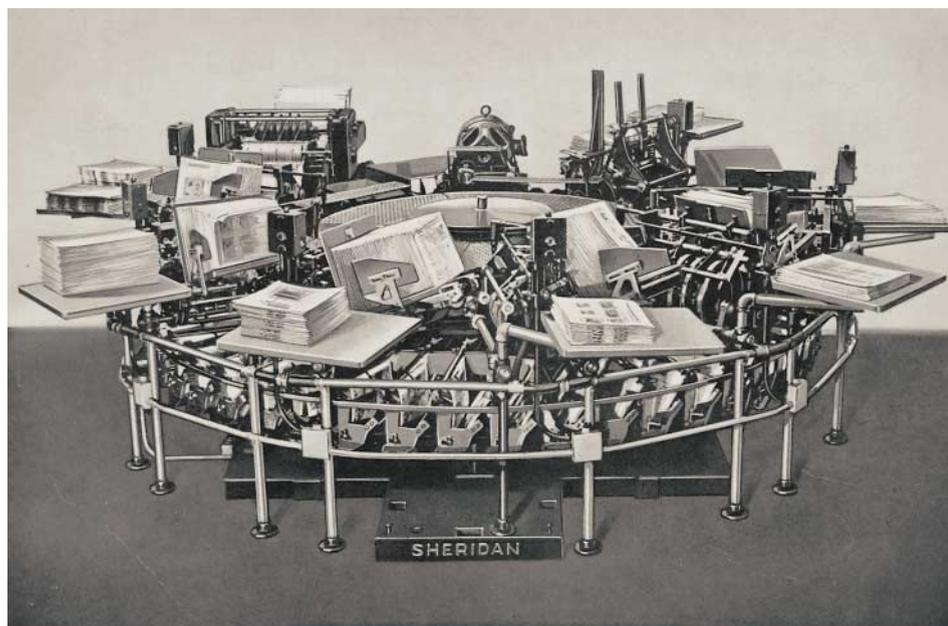
Wirkung: die Rückstichheftmaschine, auch Sammelhefter genannt, und die Zeitungs-Einsteckmaschine. Bereits 1936 brachte Sheridan seinen ersten Hochgeschwindigkeits-Sammelhefter auf den Markt, der 5 000 Bücher pro Stunde zusammentragen und heften konnte. Und acht Jahre später installierte das Zeitungshaus Philadelphia Inquirer die erste kreisförmige Hochgeschwindigkeits-Einsteckmaschine, die Sheridan speziell für die Zeitungsindustrie entwickelt hatte.

1968 brachte Sheridan die erste „perfect binding“-Maschine auf den Markt, die bei der Herstellung von Büchern ein „selektives“ Verfahren nach geografischen oder demographischen Kriterien ermöglichte. Ab 1968 bot das Unternehmen auch die erste kommerzielle Schnittstellenverbindung zwischen Rotationsdruckmaschine und Klebebinde-Maschine an. Sie ermöglichte die Herstellung eines fertigen Buchs in einem kontinuierlichen Arbeitsprozess.

1995 kam mit dem ersten Saddle-Hefter, der mehr als 20 000 Bücher pro Stunde verarbeiten konnte, eine Innovation auf den Markt.

1996 wurde Sheridan Systems von Heidelberg übernommen und gehört nun zu Heidelberg Web Systems.

Revolution für den Markt der Zeitungsindustrie: 1944 installierte das Zeitungshaus Philadelphia Inquirer die erste von Sheridan entwickelte kreisförmige Hochgeschwindigkeits-Einsteckmaschine. Diese war speziell für die Zeitungsindustrie konzipiert worden.



Präzision beim Falzen, Heften und Binden



Modernität mit langer Tradition: Die 1949 von Kurt Stahl und Adolf Döpfert gegründete Stahl-Gruppe erwarb nach der deutschen Wiedervereinigung die bereits 1879 von Hugo und August Brehmer ins Leben gerufene Maschinenfabrik Gebrüder Brehmer (Foto: Standort Leipzig). Seit 1998 sind beide Unternehmen Teil der Heidelberg-Gruppe.

Seit Ende 1998 gehört auch die Stahl-Unternehmensgruppe als Weltmarktführer für Falzmaschinen zur Heidelberg-Familie. Stahl verfügt über Standorte in Ludwigsburg, Leipzig (Brehmer Buchbindereimaschinen GmbH) und Sidney/Ohio, USA (Baumfolder Corporation). Mit dem Erwerb der Stahl-Unternehmensgruppe baute die Heidelberger Druckmaschinen AG ihr Angebot im Bereich der Druck-Weiterverarbeitung mit individuellen und kompletten Lösungen im Sinne absoluter Kundenorientierung weiter aus.

Kurt Stahl und Adolf Döpfert gründeten das Unternehmen im Jahr 1949 – mit damals nur fünf Mitarbeitern. Der Techniker Stahl hatte selbst die erste Falzmaschine konstruiert und gebaut, sein Kompagnon Döpfert leitete den Vertrieb.

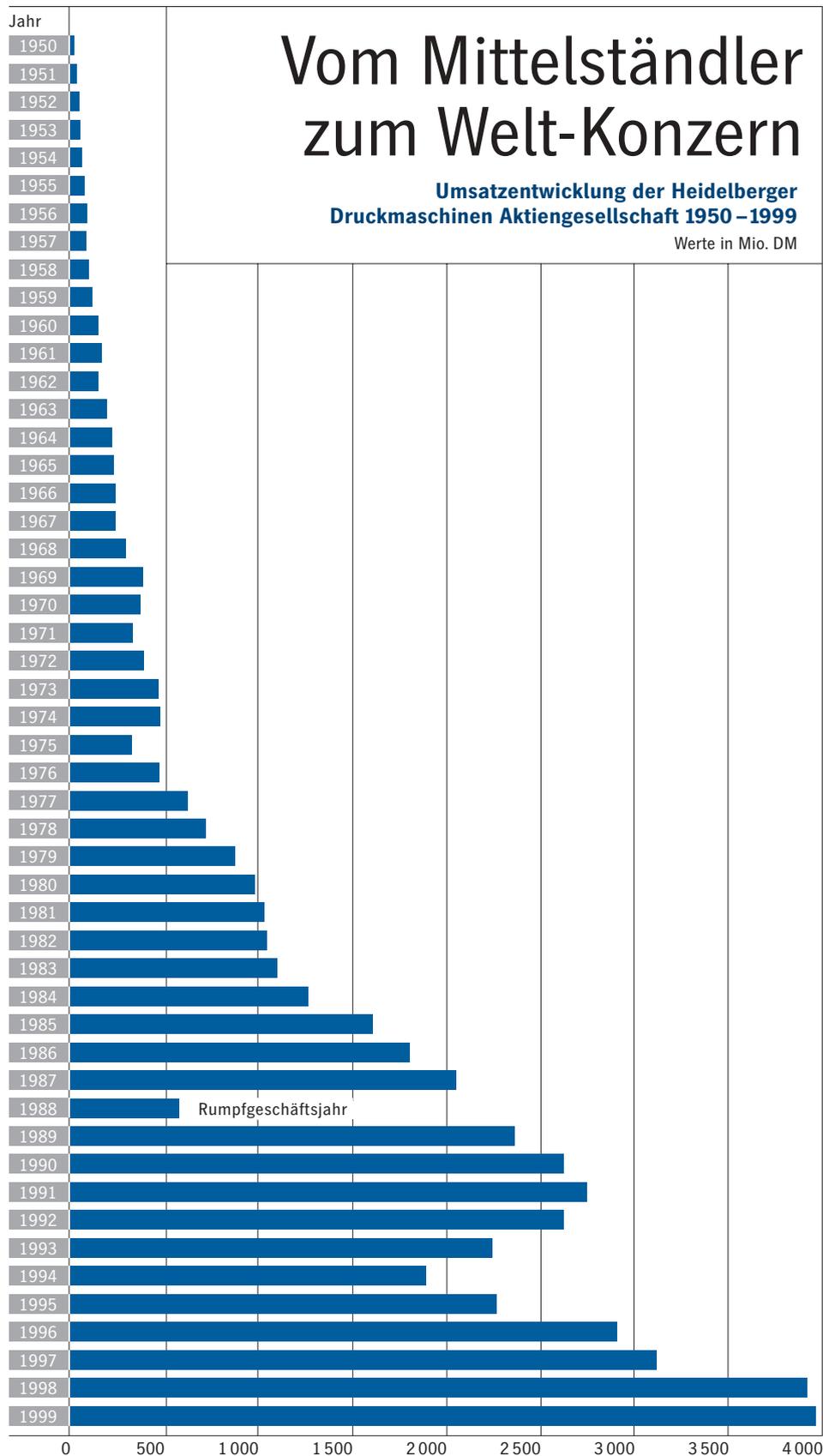
Von Anfang an überzeugten die Produkte der jungen Firma durch Aufsehen erregende Innovationen und fortschrittliches Industriedesign. Der Erfolg ließ deshalb nicht lange auf sich warten: 20 Jahre nach der Firmengründung waren bereits über 10 000 Stahl-Falzmaschinen in Betrieb. Heute arbeiten mehr als zehnmals so viele Anlagen in den Druckereibetrieben und Buchbindereien rund um den Globus.

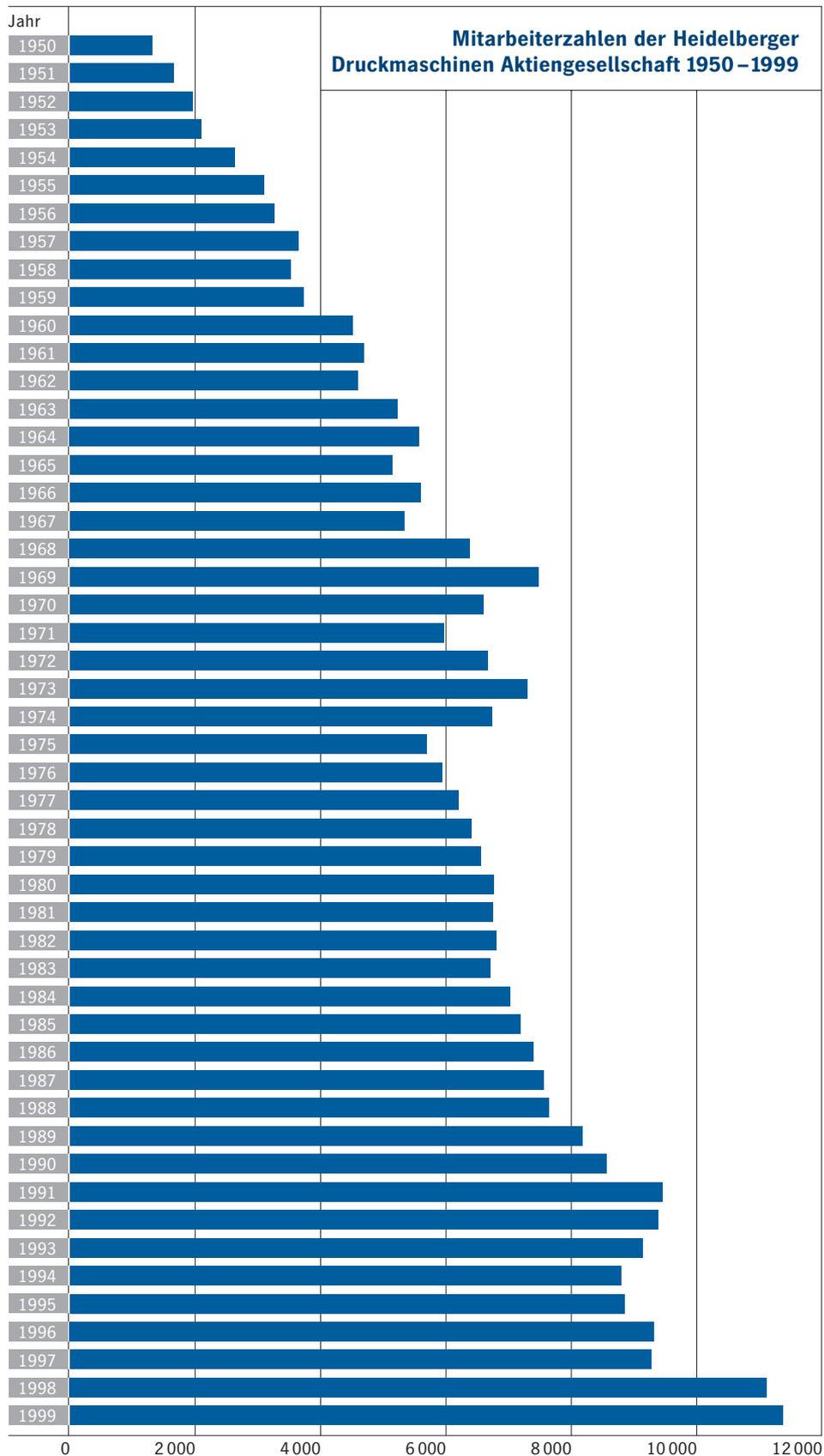
Einer der technischen Höhepunkte der jüngeren Vergangenheit war sicher das Computer Folding Center (CFC) von 1986 – die erste vollelektronische Falzmaschine der Welt. Die TC-Taschenfalzmaschine, zwei Jahre später am Markt, ermöglichte erstmals Falzgeschwindigkeiten von deutlich über 200 Metern pro Minute. Und Mitte der 90er Jahre bewirkten Computertechnik und elektronische Intelligenz in den Anlagen weitere Fortschritte bei niedrigen Rüstzeiten und hoher Produktivität.

Stahl hatte bereits im Jahre 1994 den Leipziger Buchbindereimaschinen-Hersteller Brehmer übernommen und so seine Angebotspalette verbreitert. Damit kam zugleich ein weiteres Traditionsunternehmen zur Heidelberger Gruppe.

Die Leipziger Firma geht zurück auf den nach Nordamerika ausgewanderten Hugo Brehmer, der 1873 die Drahtheftmaschine erfand. Nach seiner Rückkehr nach Deutschland 1879 gründete er mit seinem Bruder August die Maschinenfabrik Gebrüder Brehmer. Das Unternehmen wurde immer wieder seinem Ruf gerecht, weltweit führende Lösungen bei Sammelheftern, Fadensiegelmaschinen und Buchfadenheftmaschinen zu bieten.

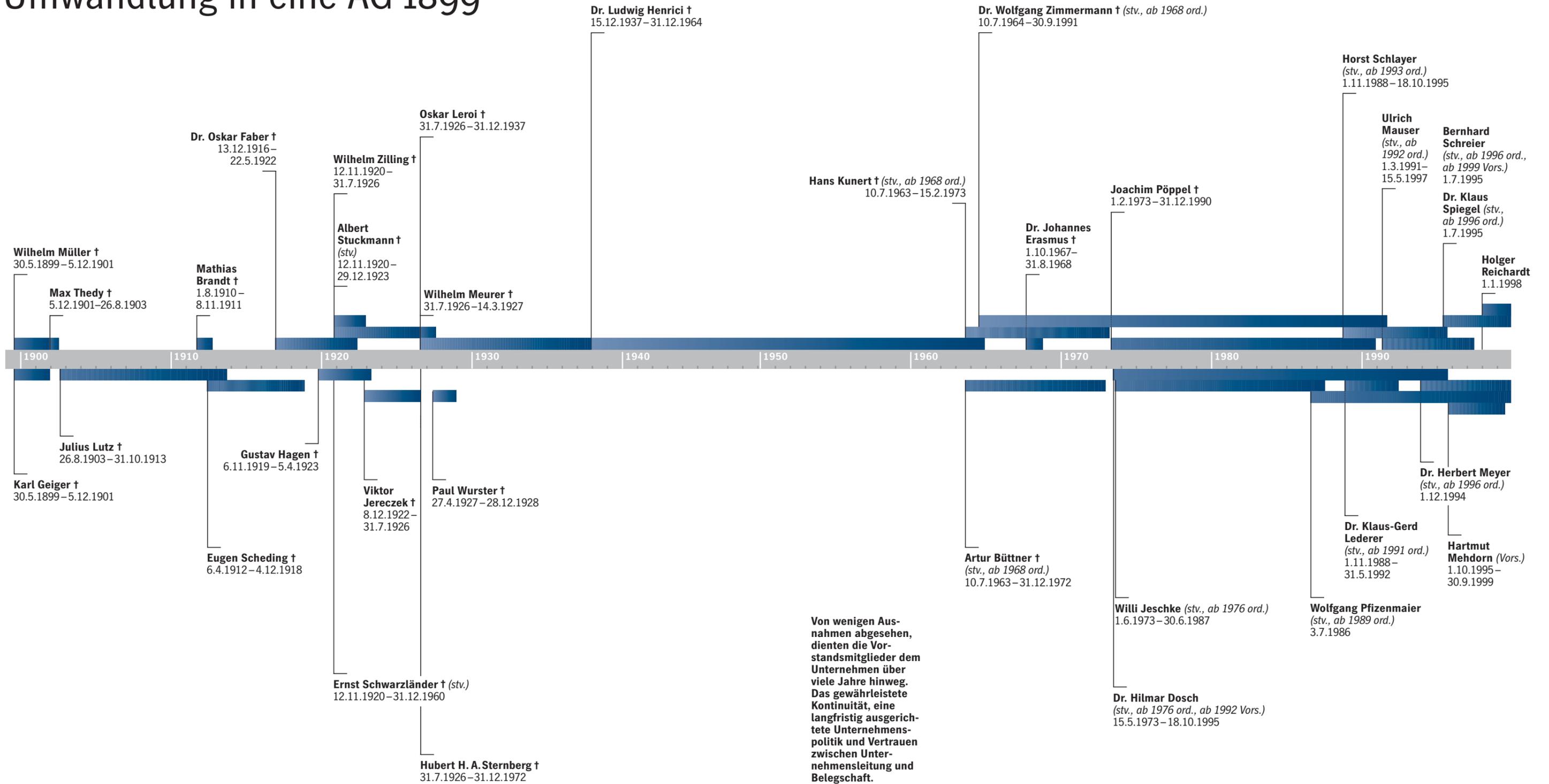
Zum 100. Firmen-Jubiläum im Jahr 1950 hatte die Schnellpressenfabrik die Probleme der Nachkriegsjahre überwunden. 1950 erreichte der Umsatz 21 Millionen Mark. Die dynamische Unternehmensentwicklung hält seitdem – nur kurzfristig von konjunkturellen Rückgängen unterbrochen – bis heute an. Während die Heidelberger Druckmaschinen AG im Geschäftsjahr 1998/1999 fast vier Milliarden Mark umsetzte, addierte sich der Umsatz der Heidelberg-Gruppe weltweit im gleichen Geschäftsjahr auf rund 7,7 Milliarden DM.





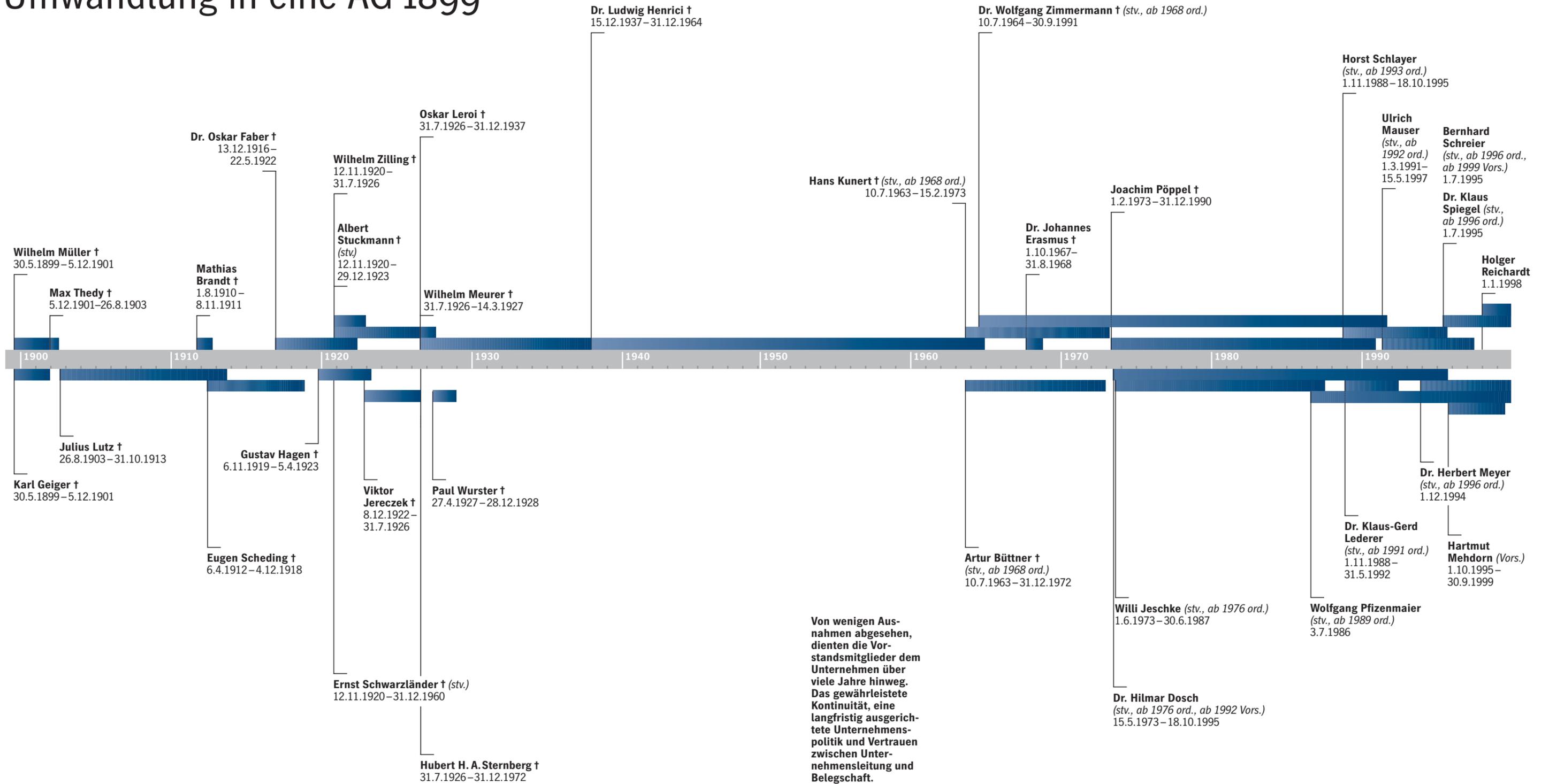
Heidelberg hat seit den unmittelbaren Nachkriegsjahren parallel zum Umsatzzuwachs neue Arbeitsplätze geschaffen. In der AG arbeiten inzwischen rund 11 000 Menschen. Die gesamte Heidelberg-Gruppe beschäftigt im In- und Ausland sogar mehr als 23 500 Mitarbeiter.

Die Vorstandsmitglieder seit der Umwandlung in eine AG 1899



Von wenigen Ausnahmen abgesehen, dienten die Vorstandsmitglieder dem Unternehmen über viele Jahre hinweg. Das gewährleistete Kontinuität, eine langfristig ausgerichtete Unternehmenspolitik und Vertrauen zwischen Unternehmensleitung und Belegschaft.

Die Vorstandsmitglieder seit der Umwandlung in eine AG 1899



Von wenigen Ausnahmen abgesehen, dienten die Vorstandsmitglieder dem Unternehmen über viele Jahre hinweg. Das gewährleistete Kontinuität, eine langfristig ausgerichtete Unternehmenspolitik und Vertrauen zwischen Unternehmensleitung und Belegschaft.

Heidelberger Druckmaschinen AG Historie auf einen Blick

1850
Andreas Hamm, geboren 1824, gründet in Frankenthal eine Glockengießerei und Maschinenfabrik, Keimzelle der heutigen Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft.



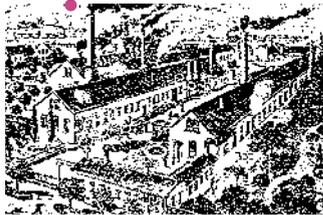
zu Beginn 1000 Bogen in der Stunde, fünf Jahre später ist die Geschwindigkeit verdoppelt.

1875
Zylinderdruck-Tretmaschine (1200 Bogen/Stunde).

1896
Verlegung der Maschinenfabrik von Frankenthal nach Heidelberg, Eintragung der A. Hamm OHG, Heidelberg, ins Handelsregister.

Bogenzuführung und -ablage auf einer Tiegeldruckpresse. Diese Erfindung des Buchbinders H. Gilke ersetzt das zeitraubende manuelle An- und Ablegen der Papierbogen durch rotierende Greifer – der Beginn der Automation bei Tiegeldruckpressen.

1926
Beginn der Fließbandproduktion mit monatlich 100 Tiegelmaschinen.



Gründung der Heidelberg-Vertretung in Japan.

1885
„Pro Patria“ Zylinder-Tretschnellpresse.

1899
Umwandlung der OHG in die Aktiengesellschaft „Schnellpressenfabrik A. Hamm AG“, Heidelberg.

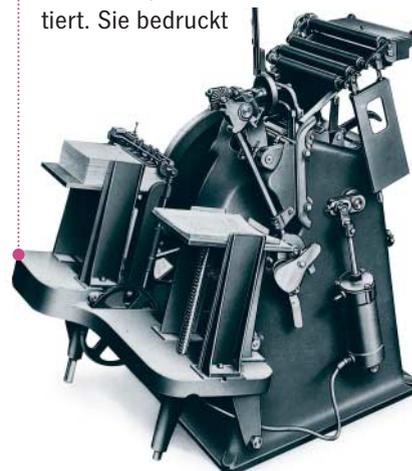
1914
Auf der Bugra in Leipzig wird die erste automatische Tiegeldruckmaschine präsentiert. Sie bedruckt

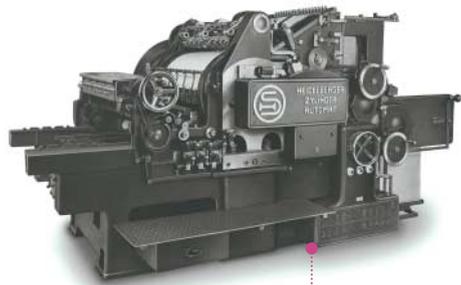
Erste „Vorfuhrwagen“ werden eingesetzt.

1894
Andreas Hamm stirbt am 22. Juni.

1905
Der Name des Unternehmens wird in „Schnellpressenfabrik Aktiengesellschaft Heidelberg“ geändert.

1912
Erste Versuche in Heidelberg mit automatischer





1927
Erste Heidelberg-Vertretung in den USA.

1929
Erwerb der Maschinenfabrik Aktiengesellschaft Geislingen (MAG) als eigene Gießerei.

1930
Die ersten „Heidelberg Nachrichten“ erscheinen, Auflage 8 500 Exemplare.

1932
Bereits 14 000 Tiegel werden geliefert. Präsentation des größeren Modells GT im Format 34 x 46 cm.

1935
Einführung des „Heidelberg Zylinder Automat“, der 1950 in „Original Heidelberg Zylinder“ (OHZ) umbenannt wird: eine für die folgenden Jahrzehnte bahnbrechende Buchdruckmaschine im Halbbogenformat mit korrigiertem Eintourensysteem; Format: 48 x 65 cm; Geschwindigkeit: 3 600 Bg/h.

18 000 Heidelberger Tiegelautomaten bisher geliefert.

Jahresumsatz 1936: 4,4 Millionen RM.

1939
Geschwindigkeitssteigerung des Tiegels auf 5 000 Bg/h. Die 26 000. Druckmaschine (Tiegel und Zylinder) wird geliefert.

Auflage der „Heidelberg Nachrichten“ jetzt 64 000.

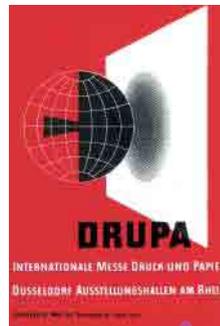
1940
Über die Rheinische Elektrizitäts-AG (Rheinelektra) erwirbt die RWE AG die

Aktienmehrheit an der Schnellpressenfabrik Heidelberg.

1948
Wiederaufnahme der Druckmaschinenproduktion; Umsatz: 6,6 Millionen DM.

1950
100 Jahre Heidelberg.

35 000 Druckmaschinen von Heidelberg wurden bisher in alle Welt geliefert.



1951
1. Drupa in Düsseldorf.

1953
Jahresumsatz: 52,3 Millionen DM.

Die „Heidelberg Nachrichten“ erscheinen nach kriegsbedingter Pause wieder mit einer Auflage von 65 000.

1954
2. Drupa.

1957
Eröffnung des Standorts Wiesloch.

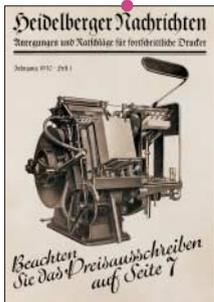
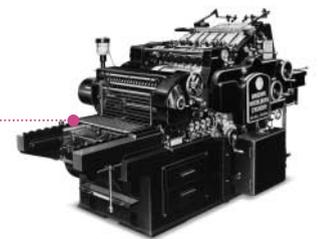
Vorstellung des neuen kleinen OHZ (KS); Format: 38 x 52 cm; Geschwindigkeit: 5 000 Bg/h.

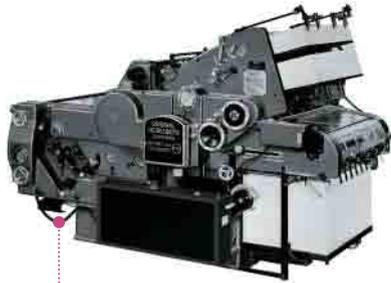
1958
3. Drupa.

Jahresumsatz: 100 Millionen DM.

1959
Inzwischen arbeiten weltweit 100 000 Drucker mit einer Druckmaschine von Heidelberg.

In Heidelberg wird der Bereich Klischeeforschung, die spätere Druckformtechnik, ins Leben gerufen.



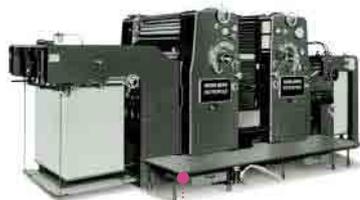


1962
4. Drupa.

Erste Offsetmaschine Heidelberg KOR im Format 40 x 57 cm wird vorgestellt.

1963
„Heidelberger Nachrichten“: 200 000 Exemplare in 13 Sprachen.

1964
150 000 Druckmaschinen wurden bereits geliefert.



1965
Einführung der Rotaspeed-Offsetmodelle im Format 71 x 102 cm als Zwei- und Vierfarbenmaschinen.

1966
Der Heidelberger Entwicklungs- und Konstruktionsbereich bezieht ein eigenes Gebäude.

1967
5. Drupa.

Das Unternehmen wird zur „Heidelberger Druckmaschinen Aktiengesellschaft“ umfirmiert.

1968
200 000 Heidelberger Druckmaschinen wurden bereits geliefert; Umsatz: 293 Millionen DM; Export: über 80 %.

1969
Auf der Messe in Mailand wird der legendäre Heidelberger Saugkopf vorgestellt.



1970
Weltweit gibt es 51 Druckerschulen von Heidelberg. Über 60 000 Drucker wurden bisher an Heidelberg-Maschinenmodellen geschult.

1972
6. Drupa.

Einführung der Heidelberg GTO, die weltweit dem A3-Format ihren Namen gibt.

1973
250 000 Heidelberger Druckmaschinen wurden bisher geliefert.

1974
Einführung der Vierfarben-Maschine Speedmaster 72 im Format 52 x 72 cm als erstes Modell der neuen Heidelberg-Offsetgeneration auf der Druckfachmesse in Chicago.

1975
Weltpremiere der Heidelberg Zwei-

farben Speedmaster 102 ZP im Format 71 x 102 cm mit Umstellung auf Schön- und Widerdruck.

1977
7. Drupa.

Einführung der Computer Print Control (CPC), der neuen elektronischen Kontroll- und Steuertechnik für die Heidelberg Speedmaster.

Sowohl nach den Lieferzahlen als auch nach dem Umsatz ist das Unternehmen im Offset internationaler Marktführer.

1980
Einführung der neuen Ein-, Zwei- und Vierfarbenmaschinen im Mittelformat M-Offset.





1981

Die 300 000. Druckmaschine wird ausgeliefert; Umsatz: über 1 Milliarde DM; Export: 84%.

1982

8. Drupa.

Heidelberg präsentiert seine erste Eigenentwicklung im Rollenbereich, die Heidelberg WEB 8, eine 8-Seiten-Rollenrotation für Qualitäts-offset mit CPC-Fernsteuerung für Farbe und Register.

Fertigstellung der neuen Hauptverwaltung in Heidelberg.

1984

Einführung der T-Offset-Reihe für Kleinstdrucksachen (Bogenformat bis 28 x 39 cm). T-Offset ist programmgesteuert, verarbeitet alle Arten von Druckplatten aus Metall, Papier oder Kunststoff und hat eine Leistung von 10 000 Bg/h.

1985

Der letzte Tiegel verlässt das Werk Wiesloch. Insgesamt wurden über 165 000 in alle Welt geliefert.

Umzug von Geislingen nach Amstetten, in eine der modernsten Gießereien und Fertigungsstätten.

1986

9. Drupa.

1988

Die Harris Graphics Corporation, später Heidelberg Harris, mit Werken in den USA, Mexiko und Frankreich wird erworben.

Einweihung der 11 000 qm großen Halle für Elektronikfertigung in Wiesloch.

1990

10. Drupa.

Eröffnung des neuen Forschungs- und Entwicklungszentrums FEZ in Heidelberg für rund 900 Mitarbeiter.



Als erster Druckmaschinenhersteller errichtet Heidelberg nach der Wiedervereinigung eine Niederlassung in Leipzig.

Einführung der ersten volldigitalisierten Druckmaschine der Welt mit zentraler Kontroll-, Steuer- und Diagnoseelektronik und neuer Systeme zur Kontrolle der Druckqualität.

Der konsolidierte Jahresumsatz der Heidelberg-Gruppe überschreitet die 4-Milliarden-DM-Schwelle.

1991

Einführung der Direct-Imaging-Technologie auf Print 91 in Chicago.

Einführung einer neu entwickelten Generation von Rollenoffsetmaschinen: M-3000 (Sunday Press), M-600 und Mercury.

Mit 60 neuen Heidelberg-Mitarbeitern wird in Brandenburg in einer angemieteten Halle die Produktion aufgenommen.





1992
Produktionsbeginn im eigenen Werk in Brandenburg; Investitionsvolumen rund 200 Millionen DM.

1993
Der erste Umweltbericht der Heidelberger Druckmaschinen AG erscheint.

1994
Einführung einer komplett neuen Modellreihe im Mittelformat: Heidelberg Speedmaster 74; Format 52 x 74 cm.

Vorstellung der neuen A3-Maschine Heidelberg Quickmaster Ein- und Zweifarben. Einführung des neuen Erscheinungsbildes mit neu gestaltetem Heidelberg-Logo.

1995
11. Drupa.

Präsentation eines komplett neuen Maschinenprogramms Quickmaster DI (Direct Imaging) und die klein-

formatige Speedmaster 52 erleben ihre Weltpremiere.

1996
Erwerb der Unternehmen Stork Contiweb B.V., Niederlande (Rollwechsler und Trockner), Sheridan Systems in Großbritannien und USA (Weiterverarbeitung) und der Aktienmehrheit von Linotype-Hell, Eschborn (Druckvorstufe).

In Wien wird Heidelberg Osteuropa mit der Vertriebsverantwortung für alle osteuropäischen Märkte gegründet.



1997
Verschmelzung der Linotype-Hell AG mit der Heidelberger Druckmaschinen AG.

Erstnotierung der Heidelberger Druckmaschinen AG an der Frankfurter Wertpapierbörse.



Das Heidelberg-Vertriebsnetz in Deutschland wird neu strukturiert. Alle Niederlassungen und Vertretungen gehen in der Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH auf.





1998

Baubeginn eines internationalen Kommunikations- und Wissenszentrums für die gesamte grafische Industrie, der Print Media Academy, in Heidelberg.



Übernahme der französischen und mexikanischen Vertriebsgesellschaften in die eigene Organisation.

Neugründung der Vertriebsgesellschaft Heidelberg do Brasil.

Heidelberg erwirbt von der East Asiatic Company (EAC), Kopenhagen, sämtliche Vertriebsgesellschaften und -aktivitäten für Produkte der grafischen Industrie in Asien, Skandinavien und Afrika.

Heidelberg rückt in den MDAX, den Dow Jones STOXX sowie den Dow Jones EURO STOXX vor.

Übernahme der Stahl-Gruppe und damit weiterer Ausbau des Geschäftsfelds Finishing.



1999

Heidelberg verstärkt sich im Bereich digitales Drucken und übernimmt die Sparte Office Imaging der Eastman Kodak Company, Rochester/NY (USA).

Gründung der Tochtergesellschaft Heidelberg Digital mit Hauptsitz in Rochester/NY (USA).

Gründung des neuen Geschäftsfeldes Consumables (Verbrauchsmaterialien) mit Hauptsitz in Tremblay bei Paris.

Heidelberg verstärkt sich im Flexodruck und übernimmt 30% der Gallus Holding AG (St. Gallen, Schweiz).

In Wiesloch wird das weltweit größte Logistikzentrum für die grafische Industrie eröffnet.

2000
12. drupa.

150 Jahre Heidelberg.

Eröffnung der Print Media Academy.

Heidelberg präsentiert sich auf der weltgrößten Fachmesse als Weltmarktführer bei Lösungen für die gesamte Druck- und Verlagsindustrie.

Präsentation der Mainstream, einer neuen Zeitungsdruckmaschinen-generation.

Neues Heidelberg-Logo 1994

Die Heidelberger Druckmaschinen AG erhält ein neues Logo – der bislang letzte Schritt einer langen Entwicklung. Die prägnantesten Änderungen: Ab 1905 Firmenkürzel der Schnellpressenfabrik Heidelberg „SH“. Auf dem Greiferschutz des Tiegels erscheint um 1930 erstmals die ovale Form der „Zigarre“. 1939 wandert das SH-Zeichen von der Mitte nach links. 1952 wird die Wortmarke „Original Heidelberg“ eingetragen. Auf der 7. Drupa 1977 wird die Form des Greiferschutzes, die „Zigarre“, erstmals mit der bereits 1974 eingetragenen Wortmarke „Heidelberg“ kombiniert und als Firmenlogo eingesetzt. 1994 und auf der 11. Drupa 1995 präsentiert sich Heidelberg mit dem neuen Logo. Zur drupa 2000 wird es farblich modifiziert.



1905



1930



1939



1951



1977



1994



2000

Ein herzliches Dankeschön allen, die uns bei diesem Jubiläumsbuch mit persönlichen Beiträgen, Dokumenten, Fotos und sonstigem Material unterstützt haben, ganz besonders: Dr. Markus Ackermann, Daniela Blum, Dr. Rolf Danzer, Rolf Demmerle, Hans-Joachim Dietz, Dr. Hilmar Dosch, Karl Ehrmann, Willi Elfner, Anneliese Ernst, Andreas Gembe, Dirk Große-Leege, Martin Hambrecht, Klaus Hugel, Willi Jeschke, Dr. Günther Kahlmann, Prof. Dr. Helmut Kipphan, Paul Kletti, Edgar Kloe, Ralf Kolb, Bernd Lang, Marlies Pabst, Josef Pitz, Nina Purtscher, Martin Ritter, Elke Schillinger, Horst Schlayer, Dr. Hubert Straub, Dr. Volker Stückradt, Erich Walter, Romuald Wenglorz, Heinz Wroz, Günther Ziegele

Herausgeber: Heidelberger Druckmaschinen AG

Projektleitung: Marion Moormann, Heidelberger Druckmaschinen AG

Inhaltliche Konzeption/Texte/Redaktion/Bildredaktion: PSC-Press Service & Consulting GmbH, München

Grafische Konzeption: Wolf Dammann/Redaktion 4 GmbH, Hamburg

Gestaltung: Teresa Nunes, Christian Hruschka, Susanne Lenk, Gerd Huss (Ausklapper)

Wissenschaftliche Beratung: Dr. phil. Martin Krauß

Herstellungsleitung und Koordination: Information & Werbung, Möhnese

Druck und Lithografie: Meinders & Elstermann GmbH & Co KG, Belm bei Osnabrück, Heidelberg Speedmaster SM 102-8P;

Prägefoliendruck auf Heidelberger Zylinder, Gräfe Druck und Veredelung, Bielefeld

Farben: Skalenfarben: Novaboard Serie C 88, schwarz, K+E Novavit 133; Mattlack: Novacoat 194 207; Glanzlack: K+E Novacoat 4820

Papier: Schutzumschlag: 150 g/m² Ikono Gloss von Zanders; Vorsatz: 100 g/m² Director gerippt blau von Zanders; Inhalt: 170 g/m² Ikonomatt von Zanders

Scan: Linotype-Hell Chroma Graph S 3400; Rasterweite: 80er

Schriften: Heidelberg Gothic, Heidelberg Antiqua

Weiterverarbeitung: Buchbinderei Gehring, Bielefeld

Fotonachweis: Bildarchiv Preussischer Kulturbesitz S. 122; Bernhard H. Bonkhoff S. 122; Deutsches Museum, München S. 12, 13; Erkenbert-Museum, Frankenthal S. 10, 11, 14; Fotopress S. 36 (2), 37 (2); Harris Mercury S. 79; Heidelberger Druckmaschinen AG S. 9, 11, 14, 17, 20, 34, 36, 37, 38, 39, 45, 46, 48, 49, 50, 53, 54, 55 (3), 66, 67, 68 (2), 69, 71 (2), 72, 73 (2), 75, 77, 79, 80, 81, 83, 87, 92, 107, 112 (2), 115; Marc E. Hohmann S. 89; Keystone S. 19, 42, 43, 52; Lossen Fotografie S. 11, 15 (2), 16, 17, 18, 20, 21, 22, 35, 36 (2), 37, 40, 66/67, 75, 76 (2), 77 (2), 78, 79, 80/81, 111; Jo Magrean S. 8; Hartmut Nägele S. 92; Wolfgang Neeb S. 4/5, 73, 74, 75, 82, 84 (4), 85 (4), 86 (2), 89, 90, 106, 108, 109 (3), 110; Foto-Purkart S. 12, 21, 36, 37 (2), 40 (4), 41 (5), 44/45, 46, 53, 69; Jim Rakete S. 91; Stadtarchiv Heidelberg, Bildsammlung S. 16, 19, 51; Egbert Selke S. 113; Steinke S. 70; Tony Stone S. 47
Ausklapper: Walt Disney S. 25; dpa S. 28, 62 (1); Bildarchiv Preussischer Kulturbesitz S. 28–31; Tony Stone S. 32; Image Bank S. 59 (2); Ullstein Bilderdienst S. 59; Studio Editions S. 59–62; picture press S. 60 (1), 61 (2); Gessat S. 60 (1); William Claxton 62 (1); Montblanc S. 64; NASA/Jet Propulsion Laboratory S. 97; John Frassanito & Associates S. 97 (2), 103

ISBN 3-00-006068-5