Strategische Ausrichtung

Die Druckbranche befindet sich seit Jahren in einem tiefgreifenden Wandel. In seinem Kerngeschäft ist es für HEIDELBERG erfolgskritisch, die richtigen Marktsegmente und die Herausforderungen der Kunden in geeigneter Weise zu adressieren.

Die eigene Marktposition als Weltmarktführer, verbunden mit den entsprechenden Produktionskapazitäten in Deutschland und China und dem größten Vertriebs- und Servicenetz der Industrie, bildet zusammen mit der Erfahrung und Kompetenz der Mitarbeitenden die Basis für die definierte Wachstumsstrategie von HEIDELBERG, die auf fünf zentrale Säulen setzt.

1. Im wachsenden Verpackungsmarkt steht die Erweiterung der Aktivitäten entlang der gesamten Wertschöpfungskette im Fokus, um sich erfolgreich als Systemintegrator für Verpackungslösungen zu positionieren. Dies schließt neben dem traditionellen Maschinengeschäft unter anderem auch Software und Robotiklösungen mit ein. Ziel ist es, für die attraktivsten Packaging-Bereiche den besten Workflow end-to-end, integriert, vernetzt und automatisiert anzubieten und den Kunden so auch bei den Themen Produktivitätssteigerung und Fachkräftemangel durch mehr Automatisierung zu unterstützen. Des Weiteren arbeitet HEIDELBERG an innovativen Lösungen, um die „Paperization“ der Verpackung voranzutreiben, das heißt die Ablösung von Plastik- durch Papierverpackungen. Hierdurch leistet das Unternehmen einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz und erschließt neue und profitable Marktchancen.

2. Im Commercial- oder Akzidenzbereich adressiert HEIDELBERG die Herausforderungen der Druckereien, indem das Portfolio neben den renommierten Bogenoffsetmaschinen auch ein optimal auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmtes Ökosystem im wachsenden Digitaldruck umfasst. Diese digitalen Systeme ermöglichen den Kunden die KI-basierte und effiziente Planung und Steuerung der immer kleinteiliger und komplexer werdenden Druckaufträge. Gleichzeitig ermöglichen sie HEIDELBERG regelmäßige Einnahmen über die gesamte Nutzungsdauer. Hierzu gehören neben den Maschinen auch die Workflow-Software, Service und Ersatzteile, Verbrauchsmaterialien, Training und Beratung. Mit starken Partnern, sowohl im Bereich Inkjet als auch im Bereich Toner, bietet HEIDELBERG den Akzidenzkunden somit ein hybrides Lösungsangebot, das Offset- und Digitaldruck in einer KI-gestützten Workflow-Software integriert abbildet. Auch im Commercial-Bereich ist end-to-end einschließlich Weiterverarbeitung ein Erfolgsfaktor.

Im Segment Technology steht die Transformation zum umfassenden Technologieunternehmen im Fokus. Mit dem Einritt in attraktive Wachstumsmärkte soll ein lukratives und robustes Standbein neben dem Kerngeschäft auf- und ausgebaut werden.

3. Als Auftragnehmer, Dienstleister oder Partner erbringt HEIDELBERG Leistungen für Unternehmen, die Synergien zu existierenden Kompetenzen und Ressourcen haben. Unter anderem in den Bereichen Guss, Fertigung, Montage, Entwicklung oder Software kann HEIDELBERG seine Stärken und Kapazitäten als industrieller Systemlieferant für Drittunternehmen anbieten.

4. Des Weiteren zielt HEIDELBERG darauf ab, sich mit eigenen Produkten und IP (Intellectual Property) in attraktiven Wachstumssegmenten zu positionieren. Der Eintritt in den Markt für E-Mobility-Ladelösungen mit der Amperfied GmbH war ein erster Schritt. Weitere sind in Vorbereitung, unter anderem im Wachstumsmarkt Green Technologies.

Die fünfte Säule stellt den gesamten Produktlebenszyklus in den Mittelpunkt.

5. Das traditionelle, transaktionale Maschinengeschäft ist dabei die Basis für neue Geschäftsmodelle. Mit dem Ausbau der Lifecycle-Geschäftsmodelle zielt das Unternehmen darauf ab, den Anteil wiederkehrender Umsätze zu erhöhen, um einerseits die finanzielle Resilienz zu stärken und andererseits eine noch stärkere Kundenbindung zu erzielen. Unter anderem dem Geschäft mit Service, Ersatzteilen und Verbrauchsmaterialien kommt hierbei eine besondere Bedeutung zu, wobei HEIDELBERG die Vorteile des bereits vorhandenen weltweiten Vertriebs- und Servicenetzes nutzen kann.

Neben den vorgenannten strategischen Stoßrichtungen liegt ein weiterer Fokus auf der Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Ziel ist es dabei, die Personalkosten nachhaltig zu senken und gleichzeitig Wachstum insbesondere über eine Steigerung der internen Effizienz zu ermöglichen.

Unsere Strategie markiert nicht nur den Weg zu nachhaltigem Wachstum, sondern auch die Transformation von HEIDELBERG zu einem Technologieunternehmen mit breiterer Diversifikation in attraktiven Geschäftsfeldern bei gleichzeitigem Fokus auf Steigerung der Profitabilität.

Nachhaltigkeit fest in strategischer Agenda verankert
HEIDELBERG definiert Nachhaltigkeit für sich als die Verbindung von ökonomischem Erfolg mit ökologischer und gesellschaftlicher Verantwortung. Daher ist Nachhaltigkeit als Basis der strategischen Ausrichtung zu verstehen. Die Berücksichtigung von Aspekten der Nachhaltigkeit ist Teil der Umwelt- und Verhaltensstandards des Konzerns im Hinblick auf Unternehmenskultur, Produkte, Produktionsprozesse, seine Lieferkette und den Umgang mit seinen Partnern.

Das Unternehmen konnte im Geschäftsjahr 2024/2025 weitere Fortschritte im Bereich des Nachhaltigkeitsmanagements erzielen. Ziel von HEIDELBERG ist es, in seiner Branche den geringsten ökologischen Fußabdruck entlang der Wertschöpfungskette zu haben.

Nachhaltigkeit stellt zudem auch in den Zielmärkten von HEIDELBERG, wie beispielsweise dem Verpackungsdruck, sowohl ein regulatorisches Merkmal als auch ein wesentliches Verkaufsargument dar. Trends oder Forderungen wie Recyclingfähigkeit, Monomaterial/Papier statt Plastik oder auch umweltfreundliche und lebensmittelechte Materialien und Beschichtungen gewinnen zunehmend an Bedeutung.

Weitergehende Informationen zu unseren Initiativen im Bereich Nachhaltigkeit bietet der zusammengefasste Konzernnachhaltigkeitsbericht 2024/2025, der auf unserer Website im Bereich Investor Relations unter „Berichte und Präsentationen“ veröffentlicht ist.