

Dr. David Schmedding, künftiges Vorstandsmitglied für Vertrieb und Service bei Heidelberg

„Wir gehen mit Zuversicht auf die drupa“

In diesem Interview stellt Dr. David Schmedding, künftiges Vorstandsmitglied für Vertrieb und Service bei Heidelberg, die neuesten Lösungen und Innovationen des Unternehmens auf der drupa 2024 für die Herausforderungen der Kunden vor und spricht über die aktuellen Entwicklungen bei Heidelberg.

Herr Schmedding, Sie werden ab dem 1.7.2024 neuer Vorstand bei Heidelberg für Vertrieb und Service. Quasi ein steiles Ramp-up auf der drupa. Was ist für Sie der wesentliche Trend der Messe?

Dr. David Schmedding: Ich freue mich auf die Aufgabe, Heidelberg nun als Mitglied des Vorstands auf dem Weg nach vorne mitzugestalten und im Sinne unserer Kunden weiterzuentwickeln. Auf der drupa werden wir das Spiegelbild einer sich wandelnden Branche sehen, in der sich der Markt für gedruckte Produkte und damit auch die relevanten Technologien verändern. Im Kern geht es aber weiter um Innovationen, mit denen wir unseren Kunden helfen, ihre Herausforderungen zu bewältigen – egal ob im Verpackungs- oder im Akzidenzbereich. Kostendruck, Fachkräftemangel, Digitalisierung und Nachhaltigkeit sind die wesentlichen Herausforderungen unserer Kunden. Dies werden wir auf der drupa auch klar adressieren und hier Lösungen bieten.

Die letzte drupa ist nun acht Jahre her. Eine Zeit, in der auch bei Heidelberg viel passiert ist. Würden Sie uns auf den aktuellen Stand bringen?

Dr. David Schmedding: Die Druckindustrie und dadurch auch Heidelberg befinden sich seit nunmehr über 15 Jahren in einer andauernden Veränderungs- und Transformations-Phase. Heidelberg ist heute finanziell wesentlich stabiler aufgestellt. Nichtsdestotrotz



Dr. David Schmedding, bisher Leiter des Vertriebs, wird zum 1. Juli 2024 neues Mitglied des Vorstands der Heidelberger Druckmaschinen AG (Heidelberg).

arbeiten wir weiterhin an globalen Effizienzverbesserungen. So wurde in den letzten Jahren die Verschuldung nahezu komplett abgebaut. Unsere Finanzierung ist langfristig gesichert: Mitte 2023 haben wir unseren Finanzierungsrahmen auf 350 Mio. Euro erhöhen können, der bisher nur zu einem geringen Teil in Anspruch genommen wurde. Auch die Eigenkapitalquote ist mit über 20 Prozent auf einem soliden Niveau. Zudem wird das Unternehmen voraussichtlich dieses Jahr das erste Mal seit vielen Jahren – ohne Sondereffekte aus Veräußerungen – einen positiven Free Cashflow ausweisen.

Und wirklich kurzfristig gesehen: Wie sieht es aktuell für Heidelberg im Hinblick auf die drupa aus?

Dr. David Schmedding: Nach heutigem Kenntnisstand werden wir unsere Geschäftsjahresziele erreichen. Wir haben kommuniziert, dass wir den Umsatz und die EBITDA-Marge auf dem Niveau des Vorjahres halten und gleichzeitig einen positiven Free Cashflow erreichen. Der Auftragseingang im vierten Quartal (Januar bis März 2024) ist positiv und liegt nach jetzigem Stand über dem Wert des vierten Quartals des Vorjahres (Januar bis März 2023). Auf der drupa werden wir ein Feuerwerk an Innovationen für den Verpackungs- und den Akzidenzdruck zei-

gen. Hierbei präsentieren wir Highlights sowohl im Bogenoffset-, Flexodruck- und auch im Digital-Bereich.

Lassen Sie uns nun mal direkt auf die drupa schauen – und vielleicht ein wenig darüber hinaus. Was sagt der Blick in die Zukunft von Heidelberg vor allem vor dem Hintergrund der kürzlich angekündigten Veränderungen im Vorstand?

Dr. David Schmedding: Mit der neuen Vorstandskonstellation sind wir mit klaren Verantwortungsbereichen an der Spitze des Unternehmens auch in Zukunft sehr gut aufgestellt. Ich bin sehr optimistisch, dass der neue CEO Jürgen Otto, die CFO Tania von der Goltz und ich Heidelberg weiter positiv voranbringen. Klar werden wir auch zum Start ins neue Geschäftsjahr höchstwahrscheinlich noch die finanziellen Nachwehen der Kaufzurückhaltung vor der Messe spüren. Gespräche mit unseren Kunden lassen uns optimistisch auf die Messe blicken. Auch weil wir Innovationen vorstellen, wie die Leistungssteigerungen der Speedmaster XL 106 Peak Performance. Digital Label sowie die Boardmaster im Flexo-Verpackungsdruck kommen am Markt ebenfalls sehr gut an. Und wir werden sehen, was wir unseren Kunden an unserem Stand auf der drupa noch so zeigen werden – vorbei kommen lohnt sich in jedem Fall.