

Unternehmenspräsentation H. Heenemann GmbH & Co. KG

Dirk Hentschler – Geschäftsführer

Dirk Hentschler

- ▶ geboren 1965, in Berlin
- ▶ Dipl.-Ing. Drucktechnik
- ▶ Dipl. Betriebswirt
- ▶ Thormann & Goetsch, Berlin – Sachbearbeiter, 1993–1999
- ▶ Jungfer Druckerei und Verlag, Herzberg a. Harz – Vertriebsleiter, 1999–2006
- ▶ H. Heenemann – Geschäftsführer, ab 2007

Firmendarstellung

- ▶ gegründet 1906, Familienunternehmen
- ▶ 86 Mitarbeiter (Kopfzahl 2014: 81,07)
- ▶ vollstufiges Druckunternehmen

- ▶ **Druckvorstufe**
 - Prinect- workflow

- ▶ **Druck, Offset**
 - 4 Bogenoffsetmaschinen von 2–8 Farben, 21 Druckwerke bis 75x106 cm

- ▶ **Druck, Digital**
 - Digitaldruck: 9 Digitaldruckmaschinen bis 53x75 cm (2 Heenemann, 7 DDZ)



Firmendarstellung

- ▶ **Weiterverarbeitung**
 - Falzmaschinen, Sammelhefter, Klebebinder, Diverses

- ▶ Umsatz 2014: 15,5 Mio. €



Firmendarstellung

▶ Verbundene Unternehmen:

- ▶ Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann (100 MA)
- ▶ DDZ Berlin (15 MA)
- ▶ Besscom AG (5 MA)



Firmendarstellung

▶ Kundenportfolio

- Öffentliche Hand
- Verlage
- Kunst/Kultur (Museen, Theater, Lifestyle–
Fashion–Art)
- Industrie
- E–Commerce



Ausgangslage 2007

- ▶ **Analyse der Gesamtsituation**
 - Interviews mit Mitarbeitern der einzelnen Abteilungen
 - Analyse Zahlenwerk
 - Hilfsmittel „Benchmarking“ mit Unternehmen

▶ Erkenntnisse aus der Analyse

➤ Technik

- gute, moderne Technik, aber teilweise „schlecht“ organisiert
- Mitarbeiter Druck: „Was oben (Produktionsbesprechung) besprochen wird, wird auch gemacht, aber meistens in anderer Reihenfolge
- Mitarbeiter Bubi: „Die kleinen Aufträge fertigen wir, die großen geben wir außer Haus – da können wir sicherlich einiges im Haus produzieren.“

Ausgangslage 2007

- ▶ **Erkenntnisse aus der Analyse**
 - **Vertrieb**
 - Innendienst
 - alle immer „überlastet“
 - bei Problemen „fragen wir den GF“
 - neues MIS behindert nur, „machen wir schneller in Excel“
 - **Aufbau- und Ablauforganisation?**

Ausgangslage 2007

▶ Erkenntnisse aus der Analyse

➤ Vertrieb

➤ Außendienst (4 MA)

- 1 MA total monetär getaktet, Hauptsache Umsatz und Provision
- 1 MA gute Leistung, wird aber seine Aufträge im Innendienst nicht los
- 2 MA im Bundesgebiet, keine wirkliche Einbindung in die Prozesse des Unternehmens

➤ Vertriebslenkung?

Ausgangslage 2007

▶ Erkenntnisse aus der Analyse

➤ Zahlenwerk

➤ Umsatz 2006: 13,2 Mio. €

➤ Umsatzrendite, operativ 2006: – 6,7 %
(Bilanz: +2,24 %)

Ausgangslage 2007

▶ Erkenntnisse aus der Analyse

➤ Kennzahlen (12/2006), kaufmännisch

- PK/RE: 72,35 %
- RE Marge: 44,24 %
- Umsatz/MA: 148,38 T€
- RE/MA: 65,65 T€
- PK/MA: 47,50 T€

Ausgangslage 2007

▶ Analyse

➤ Kennzahlen (12/2006), technisch

- Beschäftigungsgrad
- Nutzungsgrad
- Rüstzeiten
- Plattenkosten
- etc.

Ausgangslage 2007

▶ Analyse

➤ Einkaufswerte

- Papier
- Farbe
- Platten
- Strom
- Fremdarbeit
- etc.

- ▶ **Aus der Analyse der Ausgangssituation ergaben sich notwendige Veränderungsmaßnahmen, die wir aufgegliedert haben in**
 - **Kurzfristige Veränderungen – 1. und (2.) Jahr**
 - **Mittelfristige Veränderungen – 2. bis 4. Jahr**
 - **Langfristige Veränderungen – bis 5. Jahr**

Maßnahmen

▶ Vertrieb

➤ Kurzfristige Maßnahmen

- Klarheit in der Organisation und im Ablauf verbessern
- Umsatzsteigerung

▶ Vertrieb

➤ Mittelfristige Maßnahmen

➤ Schaffung von Führungsqualität bei den Teamleitern

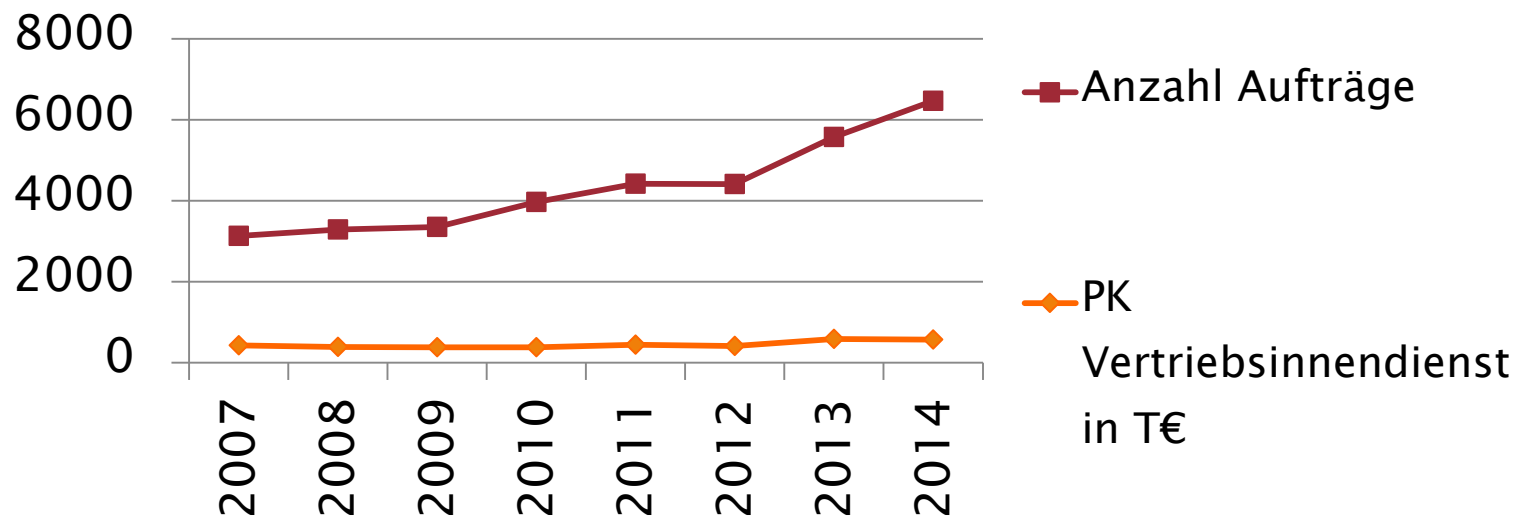
➤ Langfristige Maßnahmen

➤ Erarbeitung neuer Vertriebsstrategie, Zielmärkte, Produkte, etc.

Veränderungen

▶ Vertrieb

➤ Entwicklung Personalkosten Vertriebsinnendienst zu Anzahl der Aufträge



▶ Technik

➤ Kurzfristige Maßnahmen

- Prozessorganisation verbessern, Abläufe und Planung vereinheitlichen, Führung verbessern
- Output und Effizienz steigern

▶ Technik

➤ Mittelfristige Maßnahmen

- Maschinenpark weiterhin modernisieren
- Offset (vs.) Digitaldruck, Strategie entwickeln
- Fremdarbeiten Buchbinderei minimieren, Wertschöpfungskette verlängern

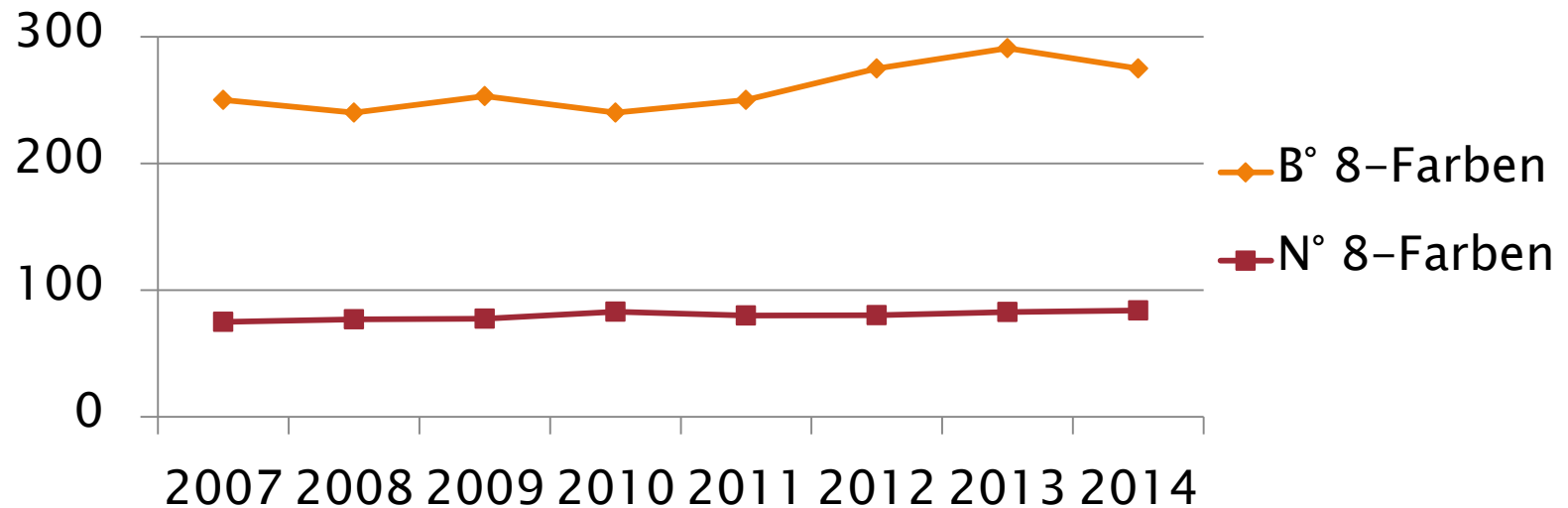
Maßnahmen

- ▶ **Technik**
 - **Langfristige Maßnahmen**
 - **Ausbau Digitaldruckprozess**
 - **Automatisierung im Prepress**

Veränderungen

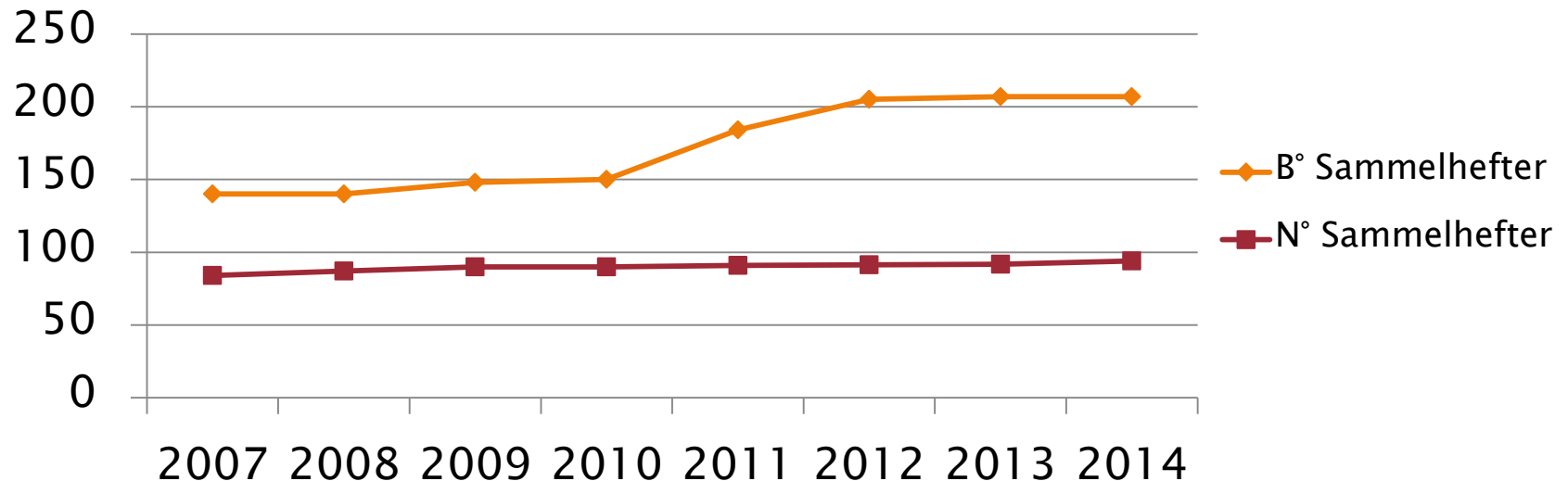
▶ Entwicklung B° und N° an 8-Farben

- ▶ B° + 0,5 Schichten
- ▶ N° + 9 %
- ▶ Steigerung Output um 20 % (identisch mit 5-Farben)



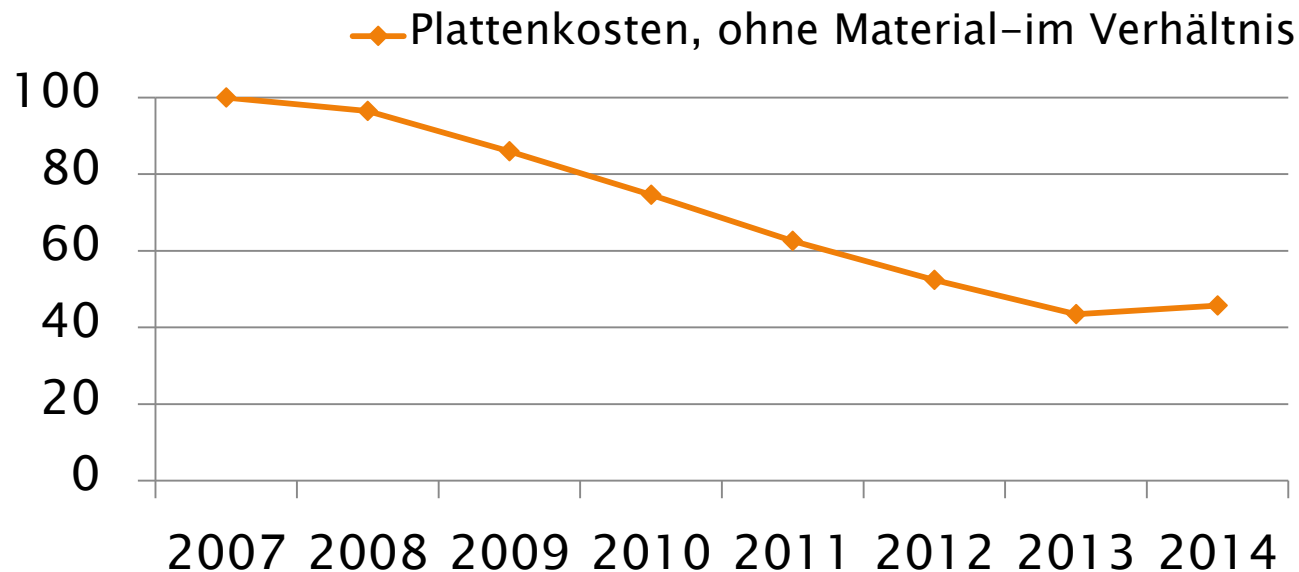
Veränderungen

- Entwicklung B° und N° an Sammelhefter
 - B° + 0,5 Schichten
 - N° + 10 %



Veränderungen

- ▶ Entwicklung Kosten zum Herstellen einer Druckplatte
 - Senkung um 55 %



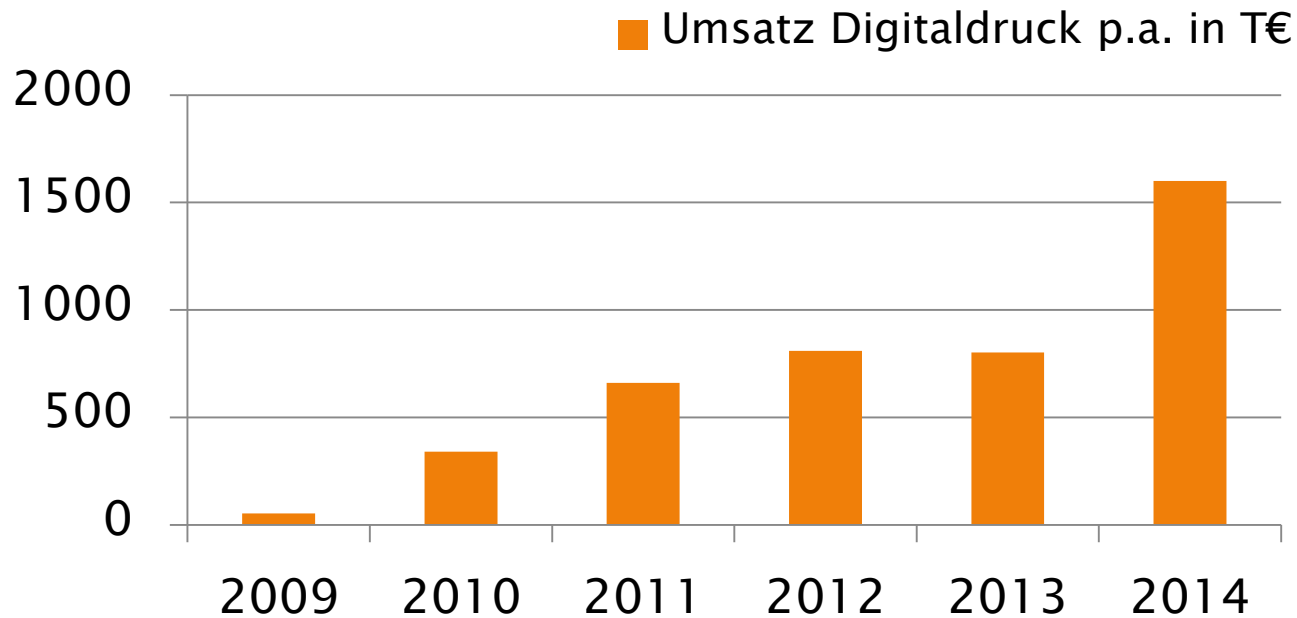
Veränderungen

▶ Investitionen

- Austausch Offsetdruckmaschinen, Erhöhung Automatisierungsgrad
- Reintegration Digitaldruck in die Offsetdruckerei
- Investition in Weiterverarbeitung, u.a.
 - Klebebinderstraße
 - Sammelhefter für Digitaldruck
 - Folienkaschiermaschine

Veränderungen

- ▶ **Entwicklung Digitaldruck**
 - **Steigerung von 2010 bis 2014 um 475 %**



▶ Personalkosten

➤ Kurzfristige bis mittelfristige Maßnahmen

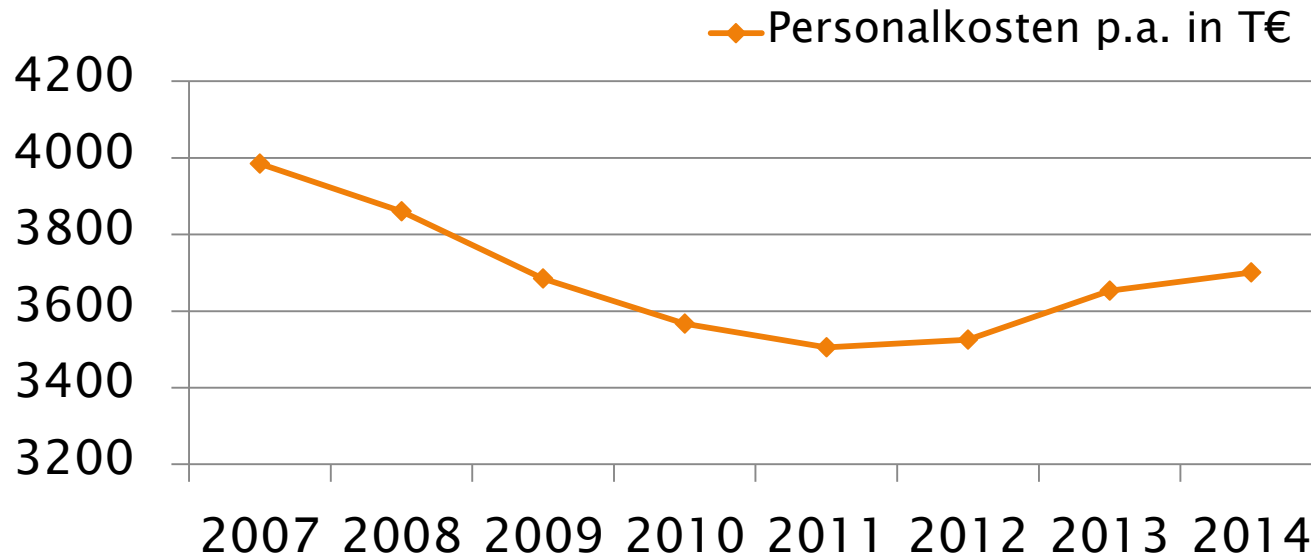
➤ Senkung der Personalkosten, Ziel: $PK/RE = 53\%$

➤ Langfristige Maßnahmen

➤ Anpassung des Personals (qualitativ und quantitativ) an Unternehmensstrategie (X-mediale Fähigkeiten)

Veränderungen

- ▶ **Entwicklung Personalkosten**
 - **Senkung um bis zu 480 T€ p.a.**



Maßnahmen

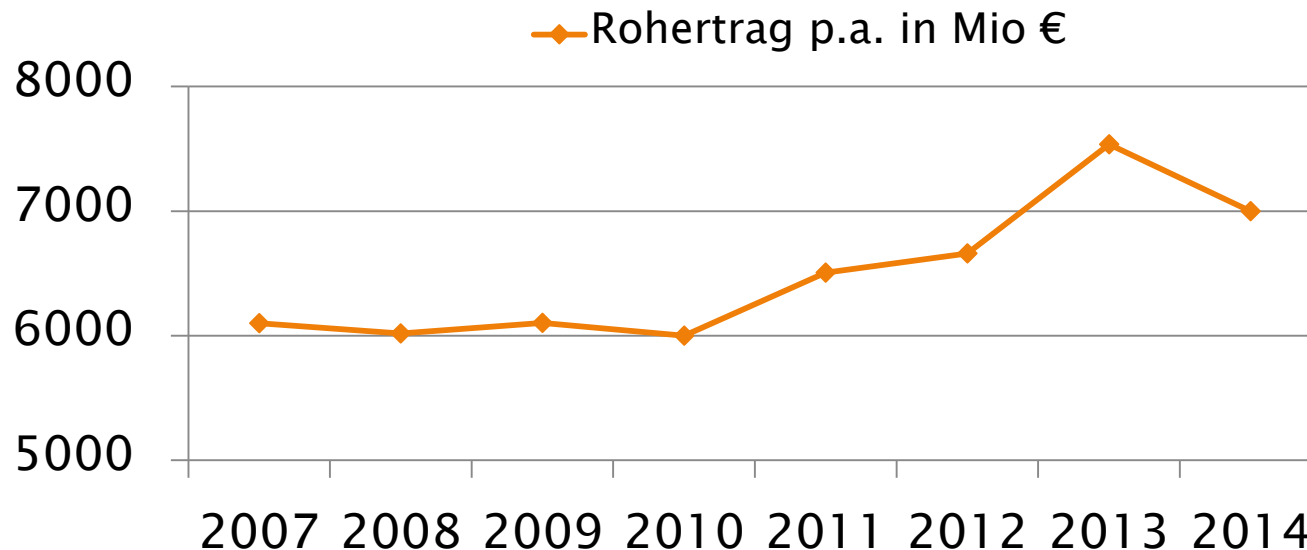
▶ Einkauf

➤ Kurzfristige Maßnahmen

- Senkung der Einzelkosten und Gemeinkosten
- Einkauf zentralisieren

Veränderungen

- ▶ **Entwicklung Rohertrag**
 - **Verbesserung um bis zu 1,5 Mio. €**



Gesamtentwicklung

- ▶ **Heutige Marktpositionierung**
 - Commercialprinter mit Stärken in Hybridproduktion Offset/Digitaldruck
 - X-mediale Lösungen, Dialogmarketing (Marketing-Services XM)

Marktpositionierung

Print Solution

- Industrie
- Automotive
- Verlage
- Lifestyle- Fashion-
Art
- Touristik-Travel

Marketing Solution

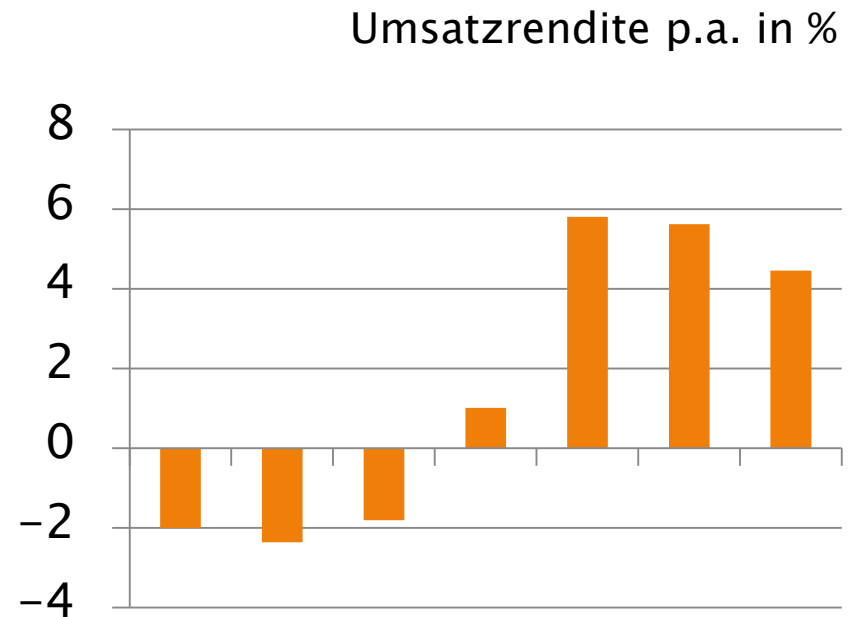
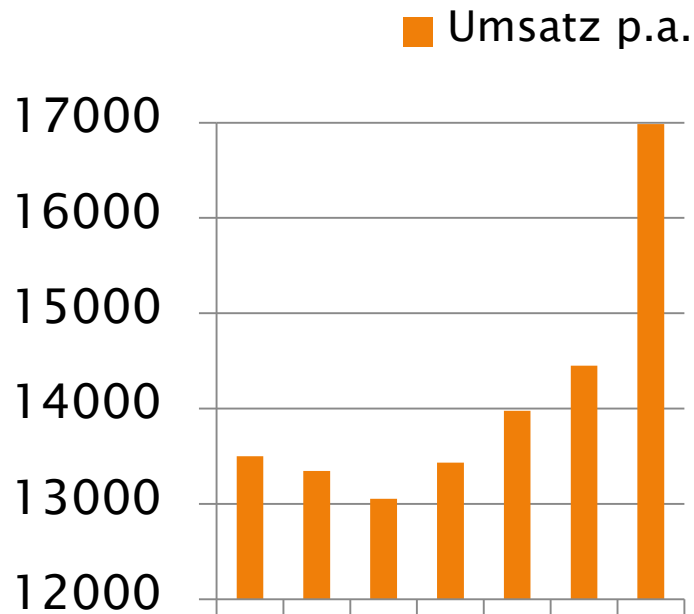
- Dialogmarketing –
Kampagnen
- Branded Marketing
Plattformen
- Direct Mail
- Bildpersonalisierung
- Pakete für spezielle
Zielgruppen

Online Solution

- Eigene websites
- White-label-
Produzent
(Digitaldruck)

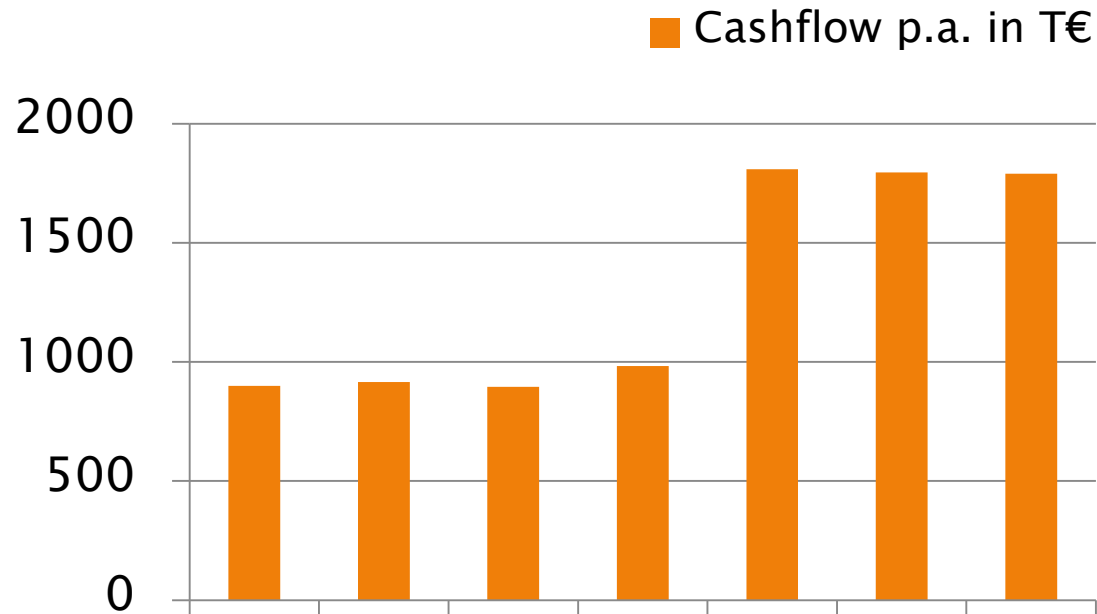
Gesamtentwicklung

► Entwicklung Umsatz und Ergebnis



Gesamtentwicklung

▶ Entwicklung Cashflow



Gesamtentwicklung

▶ Kennzahlen	2006	2014
➤ PK/RE:	72,35 %	53,0 %
➤ RE Marge:	44,24 %	45,27 %
➤ Umsatz/MA:	148,38 T€	192,19 T€
➤ RE/MA:	65,65 T€	86,55 T€
➤ PK/MA:	47,50 T€	45,65 T€

**Vielen Dank für Ihre
Aufmerksamkeit!**