

1996

Wie ein Traditionsunternehmen verhökert wurde. Und damit ein Ende fand.

Auf dem Weg zum integrierten Anbieter

Erobert Heidelberg mit Linotype-Hell den Satz?

Am 25. Juli 1996 wurde laut «Handelsblatt» die Börsennotierung der Linotype-Hell ausgesetzt. Der Grund: Ein neuer Investor will Grossaktionär werden. Am 26. Juli auch im «Tages-Anzeiger» eine kurze Meldung: Heidelberger Druckmaschinen schickt sich an, den marktführenden Prepress-System-Hersteller mehrheitlich zu übernehmen. Ein Kommentar zur Sach- und Gefühlslage im Bereich Satz.

Die bewegliche Letter, erfunden durch den legendären Johann Gensfleisch, genannt Gutenberg, hat die Welt irreversibel verändert. Nicht das Drucken, sondern das Setzen war der Durchbruch zu einer globalen Entwicklung, die wir heute die Informations- und Kommunikationsgesellschaft nennen. Setzen machte es technisch neu möglich, Ideen und Gedanken so auf Seiten zu inszenieren, dass sie Gefühle und Meinungen beeinflussten. Und infolgedessen Taten.

Mit vollen Segeln:

Der Siegeszug des Gedruckten

Weil es immer einfacher, immer effizienter, immer preiswerter wurde, Seiten zu setzen und zu gestalten, konnte auch immer mehr gedruckt werden. Das gedruckte Medium wurde zur ersten wirklich globalen Plattform, zum ersten internationalen Kommunikationsstandard. Drucksachen konnten Zeit und Raum überwinden und in die individuell empfundene Unendlichkeit dehnen - «denn was man schwarz auf weiß besitzt, kann man getrost nach Hause tragen». Die Bibliothek wurde zum Sinnbild gesammelten Weltwissens.

Satz, der Umgang mit Schriften, Typografie, jenes faszinierende Designphänomen zwischen der archaischen Wirkung einer gestalteten Druckseite und der dem Bewusstsein entzogenen, in seiner subtilen Dynamik der Musik gleichkommenden Feinheit des Details jedes einzelnen Buchstabens, hat Kultur- und Industriegeschichte zugleich geprägt.

Einerseits entwickelte sich die Kunst der hohen Schule der (Drucksachen-) Gestaltung in Form von Typografie und Grafikdesign. Andererseits revolutionierte die Erfindung des nach Amerika ausgewanderten Deutschen Ottmar Mergenthaler die Satztechnik, rund 400 Jahre nach Gutenberg, zum zweiten Mal. Die von ihm konstruierte Maschine setzte Buchstaben zu ganzen Zeilen zusammen und beschleunigte damit die Satzherstellung um Dimensionen.

Die Folge war dramatisch. Nur wegen dieser Effizienzsteigerung konnten Tageszeitungen so werden, wie wir sie aus der jüngsten Vergangenheit kennen: die einzige und mächtigste geistige Verbindung der gesamten

Welt. In dieser Funktion werden sie erst jüngst durch die elektronischen Medien abgelöst.

Elitäres Bewusstsein ...

Während die technische Evolution den Satz bis zur völligen Verschmelzung mit allgemeiner Computertechnologie trieb, Satzfunktionen heute praktisch in jedem Einfachst-Computer eingebaut und selbst professionell hochwertige Gestaltungs- und Grafikprogramme für einen Apfel und ein Ei zu erwerben sind, tobte in den späten achtziger Jahren die Endphase eines Kampfes zur Rettung von Glaubenssätzen, deren geistige Struktur dem Denken vergangener Jahrhunderte entsprach.

Kernthese: Das Privileg, über Gestaltung zu reden und Gestaltungsgrundsätze aufzustellen, das Recht, Satz so fertig zu stellen, wie Satz sein soll, hat nur, wer von sich selbst argwöhnisch kontrollierenden, Insidergremien dazu ausdrücklich ermächtigt wird. Satz war ein Handwerk; der Zunftgedanke lebte bis vor wenigen Jahren ungebrochen weiter.

Im blinden Taumel ihres Selbstwertgefühls, getrieben von einem esoterischen Qualitätswahn, verfiel so eine ganze Branehe, deren Name in Statistiken mit «Satz und Reproduktion» bezeichnet wurde, dem Glauben, ihre (unbestritten) perfektionierten Schriften und ihre Fähigkeit, mit ihnen flink und ästhetisch zugleich umgehen zu können, würden von Drucksachenbestellern mit Preisen und Umsätzen belohnt, die die zeitweise an der Lohnskala ganz oben rangierenden Einkommensfründe der Druckbranche sichern würden.

Und so investierten gestandene, sich für klug haltende Unternehmer selbst dann noch, als der nahtlose Übergang von ehemals prosperierender, endemischer Technologie zur Wald- und Wiesen-Computerfunktion schon längst kaufbare Realität war, Millionenbeträge in Schriften und Systeme, die außer dem Anspruch, qualitativ Spitze zu sein, ökonomisch keine Rendite mehr bringen konnten. Layoutsetzereien, noch vor 15 Jahren an Preisen und hochnäsigen Kundengebahren allenfalls elitären Juwelier- und Modeboutiquen vergleichbar, sind ohne Ausnahme ausgestorben.

— erlebt den Untergang

Vor drei Jahren brach der Weltmarktführer in Sachen Satzqualität, die H. Berthold AG, Berlin, in unmittelbarem Anschluss an das umsatzstärkste Geschäftsjahr ihrer über hundertjährigen Firmengeschichte binnen weniger Monate zusammen. Am 20. August 1993 starb mit H. Berthold die Schrift als künstlerische Selbständigkeit.

Schriftkünstler, deren geniale Schöpfungen in der Musikgeschichte Komponisten wie Bruckner, Verdi, Beethoven gleichzusetzen wären und heute noch leben (es sind gar nicht so wenige), fristen das Leben vergessener Emigranten, die quasi als Sonderlinge bezeichnet werden. Vertrieben aus dem Printdesign, gibt ihnen niemand mehr ein Gnadensbrot. Sie sind lebend vergessen, das Kulturgut Schrift hat keine Erben. Die Avantgarde der Schriftgestalter erfindet mit Hilfe der Computer die Idee Schrift neu. Anknüpfungen an die Tradition ergeben sich durch Zufall, weil nichts, was Menschen denken, nicht schon einmal gedacht worden wäre.

Die Schrift als technischer Parameter, eingebettet in die ökonomisch korrekten, menschlich indessen zynisch-kalten Begriffe Preis-Leistungs-Verhältnis, Rationalisierung und digitaler Workflow, hat in Form von Seitenumbruchsystemen, Farbbild-Bearbeitungsprogrammen und Filmbelichtern

weitergelebt. Die dominante Drucktechnologie Offset verwendet Druckplatten, die bislang mehrheitlich durch ein optisches Kopierverfahren zur Druckform gebracht wurden, zu dem man Seiten- oder Satzfilme als Maske braucht.

Die ehemals vielfältige Sparte der Belichterhersteller, die selbst noch, als sie innerhalb weniger Jahre kein einziges Satzprogramm mehr verkaufte, dennoch mindestens nach aussen hin den Anschein aufrechterhalten hat, in Ewigkeit ihre Existenz gesichert zu haben, ist zu einem schäbigen Rest verkommen.

Die Techno-Trümmer von H. Berthold wurden ebenso wie die von Scangraphic (dem einstigen Hecht im Karpfenteich der digitalen Satztechnik und Belichtertechnologie) und der sich selbst bis zu ihrer Totalamputation aristokratisch gebärdenden Monotype von einem ominösen Resteverwerter aufgekauft, der dem keinen Sinn ergebenden Konglomerat noch ein paar illustre Namen der Zeitungs- und Systemtechnik hinzufügte. Keiner in der Branche, am wenigsten die in dieser satztechnologischen Resteverwertungsanlage Beschäftigten, weiss oder ahnt eine Strategie hinter dem Tun des Tullio Ponzi, der, allenfalls per Funktelefon oder geheimer Begegnung mit Befehlsempfängern, sein Miniimperium lenkt.

Überbürdete Hoffnungsträger

Verblieben der Branche drei Namen, auf die sich alle Hoffnungen warfen: Agfa-Gevaert, Tochter der Bayer AG, Scitex, ein internationales Firmengewächs in den Verflechtungen israelischer Hegemonie, und Linotype-Hell, ein Kunstgebilde aus der vor Jahren nach Deutschland zurückgeholten Linotype und der Absonderung des damaligen Mehrheitsaktionärs Siemens, der Hell GmbH in Kiel.

Diese hatte, wie kein anderes Unternehmen der Druckvorstufe, Glanz und Elend der Kombination von deutscher Erfinderkunst und Marketing-Borniertheit verkörpert. Während es Glanzleistungen in den Bereichen der Herstellung von Tiefdruckzylindern (mit denen Massenprodukte und Millionenauflagen wie Zeitschriften, Warenhauskataloge und ähnliches gedruckt werden) und Farbbildbearbeitungssystemen für den Offsetdruck vollbrachte, kam es dem Unternehmen nie in den Sinn, das Know-how einem Massenmarkt zur Verfügung zu stellen.

Gefangen im Allmachtswahn, für einzelne Systeme und Investitionsprojekte bei Druckereien Millionenbeträge verlangen zu müssen, waren minimalisierte Varianten der Technologie ein Tabu. Ganz so, als ob ein Lebensmittelkonzern seine Ware nur an wenige Großkantinen oder Caterer liefern, den Einzelverkauf von Würsten oder Margarinepackungen in Supermärkten kategorisch verbieten würde.

Mit dieser absurden Auffassung von Technologievermarktung trieben die Kieler in die Verlustzone. Dr. Wolfgang Kummer, damals Vorstandsvorsitzender des Shooting-Stars an deutschen Börsen, der Linotype AG, erfüllte sich einen persönlichen Traum (den er außer wenigen Privilegierten niemandem jemals öffentlich mitgeteilt hatte) und verschmolz voller Stolz die beiden Firmen zu einer Gesamtheit.

Aus 0,75 Mrd. DM (Linotype) und 0,7 Mrd. DM (Hell) Umsatz prognostizierte er alsbaldiges Wachstum nach der berühmten Formel «eins plus eins ist mehr als zwei». Der Versuch misslang, von den im Drupa-fahr 1990 beim Merger hochgerechneten 1,45 Mrd. DM Gesamtumsatz bleiben heute 0,8 Mrd. Linotype-Hell-Umsatz. Dem Konzern erging es übel: Weder hatten

sich binnen weniger Jahre die Denkkulturen der ehemals selbständigen Einheiten zu einem neuen gemeinsamen Bewusstsein entwickelt, noch setzte der Zusammenschluss Synergien frei. Ganz im Gegenteil: Der jeweils kleinere Part wurde zum finanziellen Fass ohne Boden. Dass dabei noch die Weltmärkte wie auch die Branche einem epochalen Wandel revolutionärsten Ausmaßes unterworfen waren, ist nicht der Grund dafür, sondern kam dazu.

Linotype: Alles im Griff auf der Titanic

Während Scitex und Agfa auf hohem Niveau technologisch-ertragsmässig in bezug auf die Satz- oder Druckvorstufentechnik allenfalls dümpeln und schlingern, wenn nicht auch schon in ersten Sturzseen leckzuschlagen beginnen, hatte der vor allem von der Führungsmannschaft als robust beschriebene Ozeandampfer Linotype-Hell in stürmischer See bereits einen Eisberg gerammt. Das Schicksal der Titanic drängt sich als Metapher für Linotype-Hell förmlich auf: Man glaubte sich unverwundbar und musste erleben, dass Banalitäten genügten, um die Katastrophe hereinbrechen zu lassen.

Im Sinken wird das Gegenteil behauptet. Wo dramatischste Aktionen, die Einleitung des Ernstfalls angesagt wären, wird weiter Marketing-Salonmusik gespielt. Während für die Antriebsaggregate (sprich den Offsetdruck) bereits das Ende absehbar ist (das alles verschlingende Meer heißt Digitaldruck), wird weiter alle Energie für die ins Nichts führende Vorwärtsfahrt gebraucht. Der Forschungsetat von Linotype-Hell ist für ein umsatzkrankes Unternehmen heroisch, jedoch nicht mehr erfolversprechend.

Linotype-Hell, geografisch angesiedelt in Eschborn und Kiel, und die Heidelberger Druckmaschinen AG, Trutzburg der Offsetdrucktechnologie, Lieblingskind des Energiegiganten RWE, Aktien- und Dividenden-Hochflieger, absolutistische Weltmacht in zu Druckaggregaten gegossenen Eisenteilen, allerletzte Fluchtburg deutscher und an deutsche Qualität glaubender Drucker in aller Welt, haben in den letzten Jahren begonnen, technologisch zusammenzuarbeiten.

Waren früher Drucken und Satz Einheit und Getrenntes zugleich, so wird es immer mehr ein und dasselbe. Vergleichen kann man es mit der Küche und dem Restaurant in der Gastronomie. Die Küche ist die Druckvorstufe, in der alles angerichtet wird, was im Restaurant, sprich dem Drucken, den Druckseiten, der Drucksache, serviert wird. Ohne das eine ergibt das andere keinen Sinn, und dennoch sind beide nach eigenen Kriterien organisiert, wenn auch synchronisiert.

Erlebnisgastronomie (zu vergleichen mit Top-Mediendesign) und Fastfood-Alltag (vergleichbar mit Digitaldruck) haben -obwohl auf scheinbar diametral entgegengesetzten Positionen - exakt die gleichen Forderungen und schon längst die gleichen Realitäten: Die Küche ist Teil des Verzehr- raumes, Kochen und Speisen (sprich Setzen und Drucken) vermengen sich zu einer neuen, erforderlichen wie praktischen Einheit zugleich.

Rettungsdampfer ahoi!

Was lag - nicht nur geografisch - näher, als dass Heidelberg (der gütige Übervater) Linotype-Hell (das Waisenkind) adoptierte? Nachdem am 25. Juli 1996 für die Linotype-Hell AG die Börsennotierung ausgesetzt worden war, tobte die Gerüchteküche. Und wer bei einer börsentechnischen Routineangelegenheit Tod und Teufel befürchtet, muss in Panik sein, kann nicht mehr klar denken. Heidelberger bemüht sich auf völlig normalem

Wege um eine beeinflussende Mehrheit an der Linotype-Hell AG. Warum, ist logisch und klar: Weil Satz und Druck nicht mehr zu trennen sind, weil sich beide ohnehin gebraucht hätten. Beide hatten in Wahrheit gar keine andere Chance, als zusammenzugehen, wenngleich für Linotype-Hell zumindest noch ein anderer Partner, MAN-Roland, und für Heidelberger gegebenenfalls - wenn auch unwahrscheinlich - Agfa in Frage käme.

Die Setzer, unter ihnen vor allem die Traditionalisten, werden weiter Titanic spielen und mit der Hand an der Mütze im Eismeer der Bits und Bytes den Schocktod sterben. Ihnen zum Trost sei gesagt: Er ist kurz.

Die Drucker sind die Mannschaften auf dem Todeskandidaten. Sie werden ihren Dienst verrichten, weil es ihnen eingebleut wurde, ihren Dienst zu verrichten. Sie werden dem Kapitän vertrauen, der im Einzelfall der Prinzipal der Druckerei ist, der aber seinerseits seinen Glauben aus dem Geist der Bruderschaft der Druckindustrie bezieht, wo noch heute Druckergarn gesponnen wird wie einst in den Zunfthäusern der Hanse das Seemannsgarn. Sie werden Kohle schaufeln und das Büffet zubereiten, sprich Papier in die Maschinen einlegen und an den Steuerpulten die Farbe abstimmen, selbst wenn längst die Verlust-vorträge in der Bilanz den Maschinenraum der Druckereien geflutet haben.

Achtet auf die Ratten ...

Währenddessen sind die Aufmerksamen unter den Druckern bereits in Scharen zur neuen Schiffsgeneration übergegangen und haben ein neues Prinzip entdeckt: filigrane Technik statt kolossaler Kraft. Die Druckindustrie wird überleben - aber auf anderen Schiffen als den bisherigen. Die Setzer und Drucker sind nicht dümmer geworden - sie haben sich nur in zwei Klassen gespalten. Die, die unter Deck arbeiten (Offset), und die, die mit den Beibooten und der neuen Schiffsklasse Digitaldruck umzugehen wissen.

Und siehe da: Digitaldruck muss ja gar nicht heißen, dass alles neu erfunden wird. Auch Offset kann fast total digital sein. Wenn es Offset schafft, aus der Trennung von Küche und Lokal sowohl in der Alltagsform des Fastfoods als auch für Gourmetgenüsse in exquisiten Refugien das Kochen zum Esserlebnis und Restaurantatmosphäre zum Küchenambiente werden zu lassen, dann kann einem wohl sein beim Gedanken an die satz- und drucktechnische Zukunft.

Indem der Satz mit Linotype-Heils zuletzt kranker und quälender Isolation stirbt und mit dem Energiespender (sprich Geldgeber) Heidelberg eine neue sinnvolle, wenn auch ungeliebte Realität entsteht, indem Satz und Druck zu einer neuen Möglichkeit finden, Printtechnologie als Basis des Mediums Drucksache neu- und weiter zu beleben, findet Gutenberg Genuß. Man dichtet ihm an, das Drucken erfunden zu haben. In Wahrheit war es das Setzen mit beweglichen Lettern, das er erfand.

Wenn jetzt das Unternehmen des Satz-Reformators Ottmar Mergenthaler dem Traditionalisten und Drucktechnikweltmeister Heidelberger Druckmaschinen AG dazu verhilft, die daten- und computertechnische Verbindung zwischen Schrift, Bild und Kreativität, elektronischer Medialität und dem Werkstoff Papier herzustellen, erfüllt sich seine Mission: Er hat Kommunikation dem Privileg der Schriftgelehrten entrissen und popularisiert. Je besser, schneller, einfacher, preiswerter und problemloser in Zukunft gedruckt werden kann, desto richtiger war Gutenbergs Idee.

Heidelberger will Mehrheit bei Linotype-Hell

Linotype-Hell war seit der Fusion von Linotype und Hell 1990/91 in die Verlustzone geraten. Der Umsatz hat sich seitdem nahezu halbiert. Nach erneuten hohen Verlusten im ersten Halbjahr 1996 in Höhe von 31,7 Mio. DM ist das Unternehmen in einer existenzbedrohenden Situation, da der Umsatz rapide verfällt (minus 9,2 Prozent gegenüber Vorjahr auf nur noch 404 Mio. DM in den ersten sechs Monaten dieses Jahres).

Das Unternehmen Heidelberger Druckmaschinen, das gerade das Geschäftsjahr 95/96 mit dem Rekordumsatz von 4,286 Mrd. DM abgeschlossen hat (plus 15 Prozent), gehört mehrheitlich zur Mannheimer Rheinelektra und damit zum RWE-Konzern. Laut RWE verfolgt Heidelberger das Ziel, zum integrierten Anbieter der Druckindustrie zu werden, um die Wettbewerbsfähigkeit auf Dauer zu festigen.

Laut Commerzbank-Meldungen will Heidelberger mindestens 75 Prozent der Anteile plus eine Aktie an Linotype-Hell erwerben, dazu müssen die bisherigen Grossaktionäre Siemens AG und Frega Vermögensverwaltungsgesellschaft sowie ein Gutteil der rund 8000 freien Anteilseigner ein Übernahmeangebot von 95 DM je 50-DM-Aktie akzeptieren. In den Erfolgsjahren 1989 und 1990 war der Linotype-Aktienkurs zeitweise über 900 DM pro Aktie geklettert. Die letzte Notierung in diesem Jahr lag bei 66 DM.

Die Angebotsfrist für die Übernahme läuft vom 2. August bis l 3. September l 1996. Die gewünschte Mehrheit zu erreichen, macht Heidelberger zur Bedingung der Übernahme.