



Was als einzelne Etikettendruckerei begann, entwickelte sich mithilfe eines Finanzinvestors zu einer internationalen Firmengruppe.  
Bild: Wavebreakmedia  
Micro – Adobe Stock

### Mergers & Acquisitions

## Rollenwechsel im Etikettendruck

Spätestens, wenn er über laufende Meter spricht, ist der Etikettendrucker derjenige, der von seinen Kollegen aus den Bereichen Akzidenz, Faltschachteln oder gar LFP belächelt wird. Doch die kleinen „Aufkleber“ sind schon lange salonfähig geworden, sind bunt, aussagekräftig, verkaufsfördernd und allgegenwärtig. Und während manch einer beim Gedanken an Druckereien sorgenvoll die Stirn runzeln wird, sind Etiketten ins Augenmerk von Investoren gerückt.

**D**er Markt für Etiketten war in Deutschland – wie in vielen anderen Ländern auch – über viele Jahrzehnte stark fragmentiert, und Etikettenhersteller mit zehn bis 50 Mitarbeitern lösten in allen Ecken der Republik den regionalen oder auch branchenspezifischen Bedarf ihrer Kunden. Manch einer mit betagten Maschinen, die ihren Zweck noch gut erfüllten, manch einer am Puls der Zeit mit einem Gespür für die richtigen neuen Technologien.

Ein Generationenwechsel im Mittelstand einerseits, der Bedarf für internationale Kunden flächendeckend lieferfähig zu sein andererseits, hat in den letzten 20 Jahren das Marktumfeld verändert. Die kanadische CCL war dabei der erste große internationale Anbieter, der ein weltweites Netzwerk von Etikettendruckern aufbaute.

2003 erfolgt die erste Beteiligung in Österreich, 2005 die Akquisition der Steinbeis PPL in Holzkirchen bei München, der einige weitere folgen sollten. Inzwischen ist CCL mit mehr als zehn Produktionsstätten in Deutschland präsent und mehr als 180 Standorten weltweit. Unangefochten ist der einzige börsennotierte Etikettenhersteller mit rund 3,5 Milliarden Euro Umsatz (davon rund 2,5 Milliarden Euro in den Geschäftsbereichen CCL Label und Avery) damit Weltmarktführer.

Die Nummer 2 der Welt, die US-amerikanische Multi-Color Corp, hat sich auf dem deutschen Markt lange zurückgehalten, erst in 2017 das Etikettengeschäft von Constantia übernommen sowie den Weinetikettenspezialisten Gewa. Seit Juli 2019 gehören die Amerikaner mit einem Umsatz von rund zwei Milliarden Euro, produ-

ziert an über 70 Standorten weltweit, mehrheitlich dem Finanzinvestor Platinum Equity.

Nur wenig später, im August 2019, hatte auch Deutschlands führende Etikettengruppe, die erst 2015 aus Rako, X-Label und Baumgarten geformte All4Labels, einen Eigentümerwechsel zu verkünden. Triton Partners, ein deutsch-schwedischer Private-Equity-Investor hat hier die Mehrheit übernommen mit der Strategie, das weitere Wachstum von heute mit rund 30 Standorten und rund 500 Millionen Euro Umsatz weiter zu beflügeln.

### In sechs Jahren zur Branchengröße

In den letzten Wochen hat sich nun ein weiterer Spieler auf dem deutschen Markt gezeigt. Mit dem Jahr 1995 hat sich Etiket Nederland B.V., die ursprüngliche Keimzelle der heutigen Optimum Group, erst spät in diesem Markt positioniert und doch seit 2014 – ausgehend von einem Umsatz von damals rund zehn Millionen Euro – gemeinsam mit einem Finanzinvestor eine aktive Rolle dabei übernommen, den holländischen Etikettenmarkt zu konsolidieren. Mit verschiedenen Akquisitionen hat die Optimum Group sukzessive neue Standorte, weitere Kunden, ergänzende Zielbranchen und neue Technologien wie den Digitaldruck und Produkte wie Shrink Sleeves hinzugewonnen und nach und nach seine Marktposition in den Niederlanden ausgebaut. Mit dem Wechsel von Mentha Capital zum schwedischen Finanzinvestor IK Investment Partners in 2018 hat sich das Wachstumstempo der Optimum Group noch beschleunigt. Mit den Akquisitionen von EPB und Belona besetzte Optimum den belgischen Nachbarmarkt, mit Megaflex, Telrol und Kolibri sichert man sich die marktführende Stellung in Benelux bevor man im Juli 2020 mit dem Zukauf der dänischen Flexoprint-Gruppe sowie mit H & P Etiketten, Salzbergen und SC Etiketten, Wiefelstede (August 2020) den Eintritt in den skandinavischen und den deutschen Markt erreicht. In nur sechs Jahren ist damit aus einem kleinen Etikettendrucker in Alkmaar eine weitere wachstumsstarke und leistungsfähige Etikettengruppe mit 13 Standorten und deutlich dreistelligem Umsatz erwachsen.

André Prophitius, heute Chief Marketing Officer der Gruppe und gemeinsam mit Ralf Christoffer auch für das Deutschland-Geschäft verantwortlich, hat die Entwicklung vom lokalen Player zur multinationalen Gruppe intensiv miterlebt. 2008 hat er sich selbst als MBI bei Max. Aarts beteiligt, zu diesem Zeitpunkt eine hochspezialisierte kleine Druckerei mit dem Fokus auf Banderolen. Zusammen mit den Alteigentümern, starken Kooperationen und hochveredelten Produkten gelang es Max. Aarts, einen weltweiten Markt zu bedienen und die Aufmerksamkeit von Mentha Capital zu erregen. Der holländische Finanzinvestor war seit 2014 bei Etiket Nederland engagiert und auf der Suche nach sinnvollen Erweiterungen der noch jungen Gruppe. „Beim ersten Anruf habe ich schlichtweg abgelehnt, ein Verkauf von Max. Aarts kam für mich nicht in Frage“, offenbart Prophitius. Doch der Vorstoß von Mentha Capital und Etiket Nederland hat die Eigner von Max. Aarts zum Nachdenken gebracht und Anfang des Jahres 2016 die Alteigentümer überzeugt, sich der Firmengruppe anzuschließen. Prophitius ist an Bord geblieben, ist wie einige andere Gründer der inzwischen deutlich gewachsenen Firmengruppe unverändert Mitgesellschafter und im Vorstand der Gruppe für die Bereiche Marketing und Business Development verantwortlich. Und obwohl die Gruppe inzwischen ihren geografischen Fußabdruck auf Benelux, Deutschland und Skandinavien noch einmal ausgeweitet hat, fühlt sich sein Büro bei Max. Aarts in Enschede immer noch wie „zu Hause“ an. „In der Optimum Group sehen wir uns als ein Haus der Marken. Natürlich tragen wir alle zum Erfolg der Optimum Group bei, aber jedes Unternehmen behält seine eigene DNA, seinen eigenen Namen, seinen eigenen Fokus“, erläutert Prophitius. Dies sei auch für die Kunden und die Mitarbeiter wichtig.

Das gilt ebenso für SC Etiketten, ergänzt Ralf Christoffer, neuester Unternehmer im Kreis der Group: „SC Etiketten hat sich in den letzten Jahren gut entwickelt, in denen wir ein signifikantes Wachstum erzielt haben, basierend auf einem starken und engagierten Mitarbeiterteam und durch Investitionen in mehr Kapazität.“



André Prophitius, Marc van Rijswijk und Ralf Christoffer – nun alle vereint unter dem Dach der Optimum Group

Bild: Optimum Group

### Synergieeffekte der Gruppe nutzen

Investitionen und Finanzierung gehören zu den Dingen, die leichter werden für ein mittelständisches Unternehmen durch den Anschluss an eine finanzstarke Gruppe. Der Einkauf wird gebündelt, ein gemeinsames IT-Backbone ist in der Optimum Group im Roll-out und mit einer gruppeninternen Akademie will man den Know-how-Transfer und den Austausch zwischen den Gruppenfirmen stärken. Davon abgesehen könne man auch mit einem Finanzinvestor wie IK Investment Partner als Mehrheitsgesellschafter völlig autonom arbeiten, wobei ein profitables Wachstum natürlich im Fokus stehe. „Ich glaube, dass sich auch in Zukunft Etikettendrucker stand alone im Markt behaupten werden, aber für manche

wird das Marktumfeld auch schwieriger werden. Als Optimum Group wollen wir auch in Zukunft organisch und anorganisch wachsen, wobei es uns nicht darum geht, schlicht Umsatz zu kaufen. Ein neues Unternehmen sollte auch einen Mehrwert in die Gruppe einbringen, sei es ein neuer regionaler Markt, oder seien es Produkte, die unser Leistungsspektrum ergänzen.“

So bietet das neueste Mitglied der Gruppe, die SC Etiketten GmbH, den Einstieg in den deutschen Markt für FMCG-, Pharma- und Logistiketiketten. In geübter Tradition wurden die rund 40 Mitarbeiter von SC Etiketten am 1. September vom Management-Team mit je einer Flasche Champagner mit einem individuellen Flaschenanhänger in der Gruppe willkommen geheißen. Und natürlich wurden die Flaschenanhänger im Hause der Optimum Group bedruckt. „Die verschiedenen Editionen der Champagner-Flaschen genießen schon Sammelcharakter und sind bei einigen unserer Kollegen heiß begehrt“, lacht Marc van Rijswijk, CFO der Gruppe.

Wir können also gespannt sein, welche weiteren Veränderungen uns im deutschen und europäischen Etikettenmarkt in den nächsten Jahren erwarten werden. ●

### Über Knox

*Knox ist eine Unternehmens- und Personalberatungsgesellschaft, deren Engagement der Verpackungs- und Druckindustrie gilt, sei es in der Produktion, im Handel oder im Dienstleistungsbereich. Das Team von Knox berät seit mehr als zehn Jahren in Deutschland, Europa und darüber hinaus Unternehmen in diesem Branchenumfeld bei strate-*

*gischen Herausforderungen, insbesondere auch durch die umfangreiche Betreuung und den erfolgreichen Abschluss von Unternehmenstransaktionen. So hat Knox auch mehrere Transaktionen im Etikettendruck begleitet, unter anderem die jüngste Akquisition der Optimum Group.*

Autor: Jens Freyler, Geschäftsführer M & A, Knox – Experts in Print & Packaging