

Interview mit Ralf Sammeck, Geschäftsführer KBA-Sheetfed

# Neue Impulse für den Bogendruck

**Mit einem Umsatzplus von 14% und 1,2 Mrd. Euro Umsatz verkörperte 2016 ein sehr erfolgreiches Jahr für die Koenig & Bauer-Gruppe und führte zu dem bis dato besten Ergebnis in der 200-jährigen Firmengeschichte. Auch 2017 startete mit guten Auftragseingängen und einem hohen Auftragsbestand überaus vielversprechend. Wir sprachen mit Ralf Sammeck, Geschäftsführer KBA-Sheetfed, über wachsende Marktanteile im Bogenoffset, innovative Technologien, die Chancen der Digitalisierung und KBAs proaktives Servicekonzept.**

Das vergangene Jahr war für KBA überaus erfolgreich. Wie sieht die Entwicklung konkret im Bogenoffset-Segment aus? Im Bogenoffset-Segment ist der Umsatz um knapp 10% gestiegen. Trotz der hohen Aufwendungen durch die drupa und unserer umfangreichen Investitionen in die Forschung und Entwicklung konnte KBA-Sheetfed sein Ergebnis von 26 Mio. auf 31 Mio. steigern. 2016 ist unser Weltmarktanteil auf 25% gewachsen gegenüber knapp 15% vor zehn Jahren. Das ist ein bedeutender Wachstumsschritt, den wir mit Zugewinnen in allen Bereichen – Akzidenz, Etiketten- und Verpackungsdruck – erzielen konnten. Im Verpackungssegment haben wir mittlerweile einen Marktanteil von 45%. Im Großformat sind es sogar deutlich über 60% – eine Entwicklung, die uns überaus freut und uns in unserer Strategie bestärkt.

**Wo liegen die Gründe für diesen enormen Erfolg?**

Wir haben eine sehr realistische Perspektive auf den Markt und da ist es nicht in erster Linie aussagekräftig, ob man als Unternehmen in einem Quartal drei Ma-



**Ralf Sammeck, Geschäftsführer KBA-Sheetfed**

schinen mehr als im vorherigen Quartal verkaufen konnte. Das vorrangige Ziel muss vielmehr darin bestehen, unsere Kunden dabei zu unterstützen, erfolgreich zu sein. Denn nur wenn unsere Kunden solide Margen in ihrem Geschäftsbereich erwirtschaften können, sind sie so solide aufgestellt, dass sie re-investieren und auch künftig unsere Kunden bleiben können. KBA bietet hierbei die besten Voraussetzungen, um als starker Partner zu fungieren, der seine Kunden mit Technologie und Service optimal unterstützt. Wir verstehen unter Service auch nicht den bloßen Einsatz beim Auftreten eines Problems oder Fehlers in der Produktion. Wir verfolgen hier einen proaktiven Serviceansatz, bei dem wir individuell beraten und gemeinsam mit unseren Kunden nach neuen Lösungen suchen, die auf ihr individuelles Geschäftsmodell zugeschnitten sind. Daher macht sicherlich auch unser Konzept, gemeinsam mit den Kunden zu eruiieren, welche Konfigurationen im Einzelnen bei ihm Sinn machen und wie sich seine Produktion am effizientesten gestalten lässt, einen maßgeblichen Baustein unseres Erfolgs aus. KBA ist längst nicht allein ein Maschinenlieferant, sondern ein strategischer und zuverlässiger Lösungspartner. Die Entwicklung maßgeschneiderter Systemtechnik ist ein nicht zu unterschätzendes Verkaufsargument, und mittlerweile sind rund ein Drittel unserer instal-

lierten Maschinen über alle Formate hinweg individuell konfiguriert. Dies ist ein zunehmender Trend und bedeutet für uns einen Service, den wir unseren Kunden gerne anbieten, denn damit kommen wir unserem Ziel, unsere Kunden erfolgreich zu machen, einen bedeutenden Schritt näher. Denn um das Maximum aus ihrem Geschäft herauszuholen, bedarf es einer perfekt abgestimmten Maschine. Das sehen heute auch die Akzidenzdrucker so und wollen in der Regel keine Maschine mehr vom Band.

Unser Erfolgsrezept lautet daher im Wesentlichen: Vertrauen, maßgeschneiderte Konfigurationen, parallele Rüstprozesse, hohe Produktionsgeschwindigkeiten, hohe Verfügbarkeiten und eine sehr kompakte Bauweise. Wir haben insbesondere im Großformat sehr gute und enge Kundenverhältnisse, die sich über Jahrzehnte hinweg entwickelt haben. Daher hat man auch ein sehr großes Vertrauen in unsere Technologie. Ein weiterer Aspekt ist sicherlich auch, dass unsere Kunden wissen, dass die KBA Gruppe finanziell sehr solide aufgestellt ist. Das schafft Vertrauen und gibt ihnen die Gewissheit, dass hier weiter in Technologie und Fortschritt investiert wird.

**Inwieweit wird KBA den Weg der Digitalisierung mit bereiten?**

Wir sehen natürlich einen wachsenden Trend zur Individualisierung – insbesondere im Verpackungsbereich – und haben daher auch entschieden, hierbei den ersten Schritt zur Digitalisierung im Bogen im Bereich der Faltschachtelapplikationen zu unternehmen. Hier zeigt sich für uns der Bedarf nach digital gedruckten Elementen am deutlichsten. Wir sehen, dass die großen Marken sich zunehmend regional und/oder zielgruppenorientiert verhalten. Es kommt heute wesentlich häufiger vor, dass die großen Markenartikler nicht mehr wie früher das eine Markenprodukt herstellen, das überall gleich aussieht und so einen hohen Wiedererkennungswert besitzt, sondern dass sie durchaus regionale Unterschiede oder individuelle Inhalte umsetzen und mitunter auch den Endkunden direkt ansprechen. Das sind Trends, die sich schon

heute sehr deutlich erkennen lassen und die sich meiner Meinung nach auch künftig in einem größeren Umfang fortsetzen werden. Außerdem etablieren sich mehr und mehr neue Geschäftsmodelle in diesem Segment. Daher ist eine Digitalisierung der richtige Weg und wird eine durchaus sinnvolle Ergänzung darstellen.

Doch bei dem Hype, der um diese Entwicklungen gemacht wird, sollte man eine realistische Marktperspektive nicht aus den Augen verlieren. Denn in der Realität ist es nach wie vor so, dass bei über 95% der Anwendungen der Offset-Druck aufgrund seiner Qualität, seiner Produktivität und unter Kostengesichtspunkten das Verfahren Nummer 1 ist. Ein weiterer Aspekt, der dem Bogenoffsetdruck zu gute kommt, sind die drastisch reduzierten Rüstzeiten und ein Break-even-Point in der Verpackung bei etwa 400 Bogen und im Akzidenzdruck bei 250 Bogen. Die Automatisierung im Bogenoffset setzt sich kontinuierlich weiter fort, und wir verfügen heute über Rüstzeiten, die nicht länger als die einer Digitaldruckmaschine sind. Unsere neue und bereits in der Praxis erfolgreich erprobte Funktion AutoRun ermöglicht das autonome Drucken, also das kontinuierliche Drucken von Aufträgen hintereinander weg ohne Eingriff des Bedieners.

#### Welche Hürden gibt es derzeit für den digitalen Bogendruck aus Ihrer Perspektive?

Ich denke, dass in vielen Bereichen der Total-cost-of-Ownership noch nicht attraktiv genug ist, um damit langfristig rentabel sein zu können. Dies ist ein Aspekt, an dem wir derzeit ganz massiv arbeiten. Daher sind wir mit der VariJET 106, der digitalen Bogenmaschine für den Faltschachteldruck, noch nicht auf dem Markt, denn wir wollen unseren Kunden ein System bieten, mit dem sie auch entsprechende Margen generieren können. Blickt man auf die derzeitigen Lösungen, die aktuell am Markt verfügbar sind, stellt die Kostenseite eine enorme Herausforderung dar, die es erschwert, diese Systeme wirtschaftlich zu betreiben. KBA möchte seine Kunden dabei unterstützen, dass sie möglichst profitabel sind und ihr Geschäftsfeld ausdehnen und ein gesundes Wachstum für sich generieren können. Daher müssen wir ein System anbieten, mit dem man entsprechend wettbewerbsfähig im Markt agieren kann. Wir möchten ein Konzept bieten, das einen deutlichen Vorteil für unsere Kunden

mit sich bringt, und wir glauben sehr stark an das Hybridsystem – auch wenn man unsere Lösung natürlich auch rein digital betreiben könnte. Wir glauben, dass unsere VariJET, die Kombination von Digitaldruck mit dem Offset, das geeignetere Konzept für eine Vielzahl unserer Kunden ist, weil hierbei der TCO viel attraktiver ist. Eine große Flächendeckung wirtschaftlich digital zu produzieren ist schwierig und ergibt in meinen Augen nur bei sehr spezifischen Anwendungen Sinn. Hinzu kommt die Tatsache, dass ja kein Rüstzeitnachteil mehr durch das Offsetdruckverfahren besteht, wie dies in der Vergangenheit teilweise der Fall war.

Wenn wir unsere VariJet auf den Markt bringen, offerieren wir unseren Kunden eine wirklich wirtschaftlich sinnvolle Lösung. Um dies zu erreichen, arbeiten wir sehr eng mit unserem Partner Xerox zusammen. In diesem Zusammenhang wollen wir ausschließen, dass überzogene Preise der Verbrauchsmaterialien es für unsere Kunden unmöglich machen, mit diesen Systemen die notwendigen Deckungsbeiträge zu erzielen. Daher liegt unser Fokus auf der Technologie, der Steigerung der Produktionsgeschwindigkeiten und der gesamten Kostenseite.

#### Welche Herausforderungen entstehen bei der Integration von Offset- und Digitaldruck in einem System?

Unter technologischen Gesichtspunkten war diese Zusammenführung durchaus eine Herausforderung. Hinsichtlich der Bogenführung haben wir uns entschieden, den Digitaldruckbereich mit einem Vakuumband auszustatten, um möglichst dicht am Substrat zu bleiben und ein Abheben der Bogen auszuschließen. Von dort müssen wir dann ins rotative System wechseln, um den Offsetdruck aufzubringen. Dies haben wir sehr gut im Griff, und der Bogenlauf ist optimal umgesetzt.

Die derzeitige Herausforderung stellt die Geschwindigkeit dar. Wenn unsere Kunden eine Investition tätigen – und wir sprechen hier von einer Größenordnung von mehreren Millionen Euro – dann muss man diese neue Maschine auch entsprechend auslasten. Die entscheidende Frage lautet also: Wie viele Kunden gibt es weltweit, die eine 100%-ige digitale Maschine 3-schichtig mit Auflagenhöhen von 300–500 Bogen auslasten können? Diese Kapazität muss man sich sehr deutlich vor Augen führen. Für große Gruppen macht dies heute schon Sinn, doch

für den Mittelstand und die kleineren Betriebe ist dies doch sehr schwierig. Daher haben wir in unseren zahlreichen Gesprächen vielfach die Rückmeldung erhalten, dass es sinnvoll sei, diese Maschine auch analog zu nutzen. Dieses Ansinnen ist mit unserer Technologie kein Problem. Unser Kunde kann selbst entscheiden, ob er diese Maschine vollständig digital oder als Hybridlösung nutzen möchte. Wir können sogar noch einen Schritt weiter gehen, denn bei mangelnder Auslastung im digitalen Sektor besteht mit unserer Technologie sogar die Möglichkeit, die Maschine als reine Offsetmaschine zu fahren. Selbstverständlich erreicht sie dann auch deutlich höhere Produktionsgeschwindigkeiten.

#### Seit 2016 bietet KBA sowohl eigene Rotations- als auch Flachbettstanzmaschinen an. Wie entwickelt sich dieser Markt für Sie?

Wir haben mit dieser Ergänzung unseres Portfolios konsequent den nächsten logischen Schritt vollzogen. Sowohl die Flachbettstanzen aus dem Hause KBA-Iberica als auch unsere rotative Inline-Stanze, die wir selbst bei KBA-Sheetfed entwickelt haben, werden vom Markt sehr gut angenommen. Die rotative Stanze ist mit Blick auf die Rüstzeiten und die Produktionsgeschwindigkeiten natürlich unschlagbar. Wir haben hier zunächst den Anfang mit Etiketten- und Inmould-Anwendungen gemacht. In diesem Segment ist unsere rotative Inline-Stanze natürlich die perfekte Wahl, da keine Flachbettstanze hierbei unter Produktivitätsgesichtspunkten mithalten kann. Darüber hinaus haben wir auf unserem LED-UV-Symposium mit dem automatischen Ausbrechen auf der Rotationsstanze Rapida RDC 106 eine echte Weltneuheit präsentiert.

Ein anderes Thema verkörpert jedoch die Faltschachtel. Hier besteht bei der Rotationsstanze eine Limitierung hinsichtlich der Grammaturen. Die Flachbettstanze ist insgesamt vielseitiger und kann bei den Grammaturen deutlich höher gehen. Daher stellt sie für uns eine überaus interessante Ergänzung dar, zumal wir über sehr viele Kunden aus dem Faltschachtelsegment verfügen. Und mit unseren Systemen offerieren wir unseren Kunden nun zumindest eine interessante produktive Alternative.

Herr Sammeck, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!