

Interview mit Christoph Müller, Vorstandsmitglied bei der Koenig & Bauer AG

Alte Märkte pflegen, neue Märkte schaffen

Im Rahmen der World Publishing Expo sprachen wir mit Christoph Müller, Vorstandsmitglied bei Koenig & Bauer, über die Perspektiven des Zeitungsgeschäfts, Koenig & Bauers Schwerpunkte im Digitaldrucksegment und die vielfältigen Chancen, die der Verpackungsmarkt bieten kann.

Welche Perspektive sehen Sie für das Zeitungsgeschäft in Deutschland und den internationalen Markt?

Weltweit betrachtet bewegt sich das Marktvolumen für neue Zeitungsdrukmaschinen etwa zwischen 50 und 100 Mio. Euro – ein relativ geringes Volumen, wenn man bedenkt, dass dieses Marktvolumen einmal bei über einer Milliarde Euro lag. Der deutlichen Verkleinerung des Marktes folgte nicht nur eine Konsolidierung der Verlage und Druckereien, sondern auch auf Seiten der Druckmaschinenhersteller. Koenig & Bauer ist es gelungen, sich in diesem Segment auf breiter Front zu behaupten, sodass wir aktuell etwa 80 % des Weltmarktanteils mit unseren Hochleistungsrotationen ausmachen. Heute existiert fast kein Wettbewerber mehr, der außer uns solche Anlagen für die Zeitung verkauft. Wir sind im Zeitungsbereich bei weitem die Nummer 1.

Doch machen wir uns nichts vor: Neuinvestitionen bilden heute die Ausnahme. Richtig große Projekte mit neuen Maschinen sind rar gesät, gerade im europäischen Markt sind Investitionen im Zeitungssektor häufig Rationalisierungsinvestitionen, bei denen beispielsweise mehrere ältere Maschinen durch eine einzige moderne Anlage ersetzt werden, oder wo durch den Zusammenschluss von Druckereien der Drucksaal entsprechend rationalisiert wird.



Christoph Müller, Vorstandsmitglied bei der Koenig & Bauer AG

Doch hin und wieder gibt es noch „unerwartete“ Aufträge. So hat beispielsweise in diesem Jahr The Villages Operation Company aus Florida eine Neuinvestition in die Zeitung getätigt und eine Commander CT 6/2 geordert. Bei der Tageszeitung The Villages Daily Sun handelt es sich um eine der wenigen Zeitungen, bei denen die Auflage kontinuierlich steigt.

Viele Zeitungsunternehmen sind jedoch unsicher, was die Zukunft bringen wird und suchen daher zwingend nach neuen Geschäftsmodellen. Diverse Zeitungsverlage haben erkannt, dass sie mehr produzieren müssen, als die tägliche Zeitung. Auch hierbei ist Koenig & Bauer der richtige Ansprechpartner, und die Erfahrung zeigt, dass Verlage, die sich dafür entschieden haben, mehr als nur eine Zeitung zu drucken, durchaus ihre Investitionsentscheidung zugunsten unserer Cortina treffen.

Inwieweit haben sich digitale Maschinen im Zeitungsmarkt etablieren können?

Der Einsatz digitaler Druckmaschinen

nimmt fast überall zu, nur nicht im Zeitungssektor. Die Zeitung ist schlichtweg kein geeignetes Medium, mit dem sich die Vorteile einer digitalen Maschine sinnvoll und wirtschaftlich nutzen lassen. Es existiert für dieses Segment bis heute einfach kein Geschäftsmodell, das eine solche Maschine, die eine hohe Investition darstellt, tatsächlich auslastet und rentabel betreiben lässt.

In anderen Bereichen geht das digitale Geschäft sehr erfolgreich auf, blicken wir nur einmal auf das Verpackungssegment, auf Spezialanwendungen und beispielsweise die industriellen Dekoranwendungen. Seit vielen Jahren hat sich Koenig & Bauer verstärkt darauf konzentriert, neue Märkte zu erschließen. Dies ist uns insbesondere im Industriedrucksegment gut gelungen. Heute bedrucken wir nahezu alles – angefangen über Wellpappe und Karton, Blech und Getränkedosen bis hin zu Glas und erwirtschaften damit rund zwei Drittel unseres Umsatzes. Wir arbeiten derzeit mit Hochdruck an einigen spannenden neuen Anwendungen für den Verpackungsbereich und werden dieses Segment künftig noch weiter forcieren.

Wie schätzen Sie das Potenzial der individualisierten Verpackungen ein? Wird eine personalisierte Verpackung fortan „state of the art“?

Ich bin überzeugt davon, dass sich ein Großteil der professionellen Verpackungsdienstleister intensiv mit dieser Thematik beschäftigt, falls sie ein solches Geschäftsmodell noch nicht umgesetzt haben. Differenzierung, Time-to-Market Szenarien oder veränderte Auflagenvolumina in Kombination mit der zunehmenden Variantenvielfalt – all das sind Faktoren, die dem digitalen Wellpappendruck zunehmend Auftrieb verleihen. Insbesondere der Druck, der durch die großen Markenartikler entsteht, die ihren Kunden ein personalisiertes Einkaufserlebnis beschere wollen, um sie künftig emotional noch enger an ihre

Marke zu binden, wächst zunehmend. Doch auch jenseits der ganz großen Anbieter stößt dieser Trend auf ein deutlich zunehmendes Interesse. Was diese Unternehmen jedoch brauchen, sind Druckdienstleister, die in der Lage sind, dies auch auf professioneller und zuverlässiger Ebene umzusetzen.

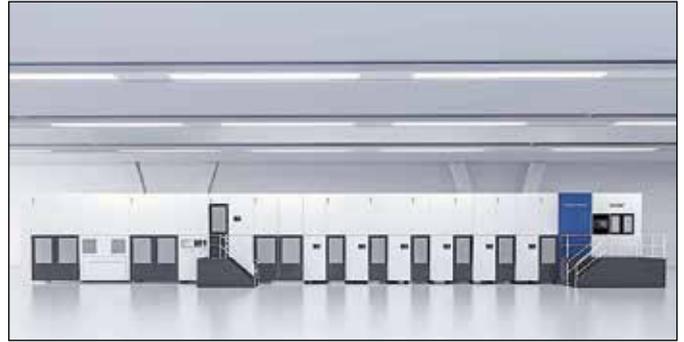
Doch es muss ja nicht gleich immer die personalisierte Variante für genau einen einzelnen Adressaten sein, die von Interesse ist. Ich denke, viel wichtiger werden langfristig Verpackungen in kleinen Auflagen, die entsprechend auf die Region oder eine bestimmte Verkaufsaktion abgestimmt sind. Meiner Meinung nach sind das die eigentlichen digitalen Verpackungskonzepte, die auf breiter Front für ein signifikantes Wachstum in diesem Bereich sorgen werden und für Verpackungsdienstleister langfristig zum lukrativen Geschäftsmodell avancieren können.

Die dafür erforderliche Drucktechnik an sich – beispielsweise der digitale Direktdruck auf Wellpappe. Wir haben mit unserer CorruJET eine absolut solide industrielle Lösung für den digitalen Wellpappendruck geschaffen, die von unserer jahrelangen Erfahrung mit unserer digitalen Rollenmaschine RotaJET profitiert. Damit schaffen wir die optimalen Voraussetzungen für ein beeindruckendes Verpackungs-Ergebnis.

Mit der Installation bei Hans Kolb Wellpappe hat Koenig & Bauer eine namhafte Größe im Verpackungsmarkt für den Einsatz der ersten CorruJET gewinnen können ...

Das ist richtig. Als international tätiger Anbieter entwickelt und produziert das Unternehmen Verpackungen, Verpackungsmaterialien und Spezialprodukte aus Wellpappe im großen Stil. Mit der KOLB Group haben wir den perfekten Partner gefunden, um unsere neue CorruJET

Beispielhaftes 3D-Schema der neuen High Board Line Rotationsstanze CorruCUT von Koenig & Bauer



für den digitalen Wellpappendirektdruck kontinuierlich weiterzuentwickeln und zu optimieren. Am neuen Standort für KOLB Digital Solutions in Memmingen-Amendingen ist unsere Maschine im 2. Quartal dieses Jahres in Betrieb gegangen und bildet seither das Herzstück in dem neuen Werk mit integrierter Weiterverarbeitung. Von dieser Entwicklungspartnerschaft profitieren letztendlich beide Parteien: Die KOLB Unternehmensgruppe wird mit unserer CorruJET in die Lage versetzt, fortan auf die individuellen Wünsche ihrer Kunden zu reagieren und erhält gleichzeitig die Möglichkeit, lukrative neue Märkte zu erschließen. Wir bei Koenig & Bauer wiederum profitieren von einem Spezialisten im Verpackungsgeschäft, der uns durch seine Anwendungsvielfalt dabei unterstützt, das Potenzial unserer Maschine bis in die Tiefen auszuloten und sicherlich auch noch weitere spannende Features für zusätzliche Anforderungen zu entwickeln.

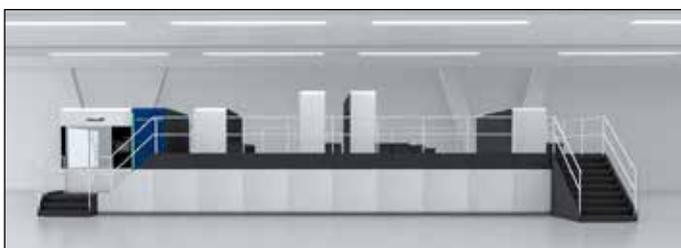
Dies trifft im Übrigen auch auf unsere CorruCUT und CorruFLEX zu. So haben wir in enger Zusammenarbeit mit Klingele die analoge CorruCUT entwickelt. Derzeit wird die Maschine im Klingele Werk Delmenhorst montiert und in Betrieb genommen. Die maschinenbautechnische Ausführung, die erreichte Druckqualität sowie die Umsetzung des Bedienkonzeptes haben nicht nur Klingele überzeugt, sondern sorgten auch bei Be-

suchern aus der Wellpappenindustrie für sehr positive Rückmeldungen.

Stetig steigende Verpackungszahlen auf der einen Seite und ein immer lauter werdender Ruf nach einer besseren Umweltbilanz auf der anderen Seite – wie passt das in Ihren Augen zusammen?

Bei allen ökologischen Diskussionen: Ohne Verpackung geht es nicht! Ohne Verpackung würden beispielsweise weit mehr Lebensmittel verrotten, als sie es heute schon tun. Doch die Verpackungen werden stetig umweltverträglicher – dies gilt auch für die Plastikverpackungen. Der weltweit größte Wachstumsmarkt ist jedoch bei weitem der Wellpappemarkt, dies belegen auch die Absatzzahlen. Von 2013 bis 2018 hat der Absatz gemäß der Zahlen vom VDW (Verband der Wellpappen-Industrie) um 15,8 % zugenommen – Tendenz steigend. Wellpappe ist in der Vergangenheit vielfach unterschätzt worden. Doch Wellpappe ist so vielseitig wie ihre Einsatzmöglichkeiten, und die Wellpappenindustrie liefert heute immer aufwändiger verarbeitete Wellpappenprodukte. Heute gibt es maßgeschneiderte Lösungen für jede Verpackungsfarbe: Zum einen genügen individuell gestaltete Transportverpackungen aus Wellpappe allen Anforderungen von Handel und Industrie und zum anderen haben sich auch ihre Einsatzgebiete erweitert. Leichte Wellpappe wird heute zunehmend auch als Primärverpackung eingesetzt. Gerade unter ökologischen Gesichtspunkten punktet man hier mit Wellpappe auf der ganzen Linie. Denn Wellpappe ist vollständig recycelt und die Hersteller müssen nicht auf Primärfasern zurückgreifen.

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



Mit einer Produktionsleistung von bis zu 6.000 Bogen/h bedruckt die CorruJET Formate von max. 1.700 x 1.300 mm in einer hohen Auflösung.