

Interview mit Daniel Velema, Geschäftsführer von Koenig & Bauer Durst

Mit Eigeninitiative zum Erfolg

Koenig & Bauer Durst bietet ein leistungsstarkes Portfolio an Digitaldruckmaschinen für den Verpackungsmarkt, das neben den Delta SPC- und VariJet-Systemen auch die CorruJet für den Wellpappenmarkt umfasst. Bei allen drei Druckmaschinen kommen lebensmittelechte Farben und Lacke auf Wasserbasis zum Einsatz, die alle gesetzlichen Anforderungen erfüllen. Wir sprachen mit Daniel Velema, Geschäftsführer von Koenig & Bauer Durst, über die verschiedenen Faktoren, die dem Digitaldruck im Verpackungssegment deutlich Auftrieb verleihen.

Welche Lösungen hält Koenig & Bauer Durst für den digitalen Verpackungsdruck für seine Kunden bereit?

Für den digitalen Faltschachteldruck halten wir mit der VariJet 106, die wir auf der drupa erstmalig der Öffentlichkeit vorgestellt haben, eine innovative und leistungsstarke Lösung bereit, die der industriellen Faltschachtelproduktion den Weg in die Digitalisierung ebnen wird. Neben Anwendungen für die Pharma-, Kosmetik- und Tabakindustrie ist sie aufgrund der verwendeten wasserbasierten Tinten dafür ausgelegt, selbst Primärverpackungen für Lebensmittel zu produzieren. Mit der VariJet 106 lassen sich insbesondere kleine bis mittlere Auflagen, aber auch individualisierte Verpackungen wirtschaftlich produzieren. Ausgerichtet ist die digitale Maschine auf ein monatliches Druckvolumen, das sich zwischen 500.000 und über eine Mio. B1-Bogen bewegt. Darüber hinaus erlaubt ihre hybride Konfiguration optional die Integration unterschiedlicher Veredelungs- und



Daniel Velema, Geschäftsführer von Koenig & Bauer Durst, an der VariJet 106, die das Beste aus konventionellem und digitalem Druck in sich vereint.

Druckaggregate. Auf der drupa haben wir sie mit einem Lackwerk aufgestellt. Da ginge aber noch viel mehr, zum Beispiel Flexo- oder Offsetwerke vor der Digitaldruckeinheit und mehrere Lackwerke nach der Digitaldruckeinheit, damit ein breiter Applikationsbereich inline abgedeckt wird. Die Maschine kann damit auch als wirkliche Hybridmaschine eingesetzt werden, und Kunden können so die Vorteile der digitalen und konventionellen Druck- und Veredelungstechnologien kombinieren.

Für das Marktsegment Corrugated Printing halten wir in unserem Portfolio mit der Delta SPC 130 eine digitale Single-Pass-Druckmaschine bereit, die sich im Wellpappenmarkt bereits bewährt hat. Neu ist die Variante mit weißer, wasserbasierter Inkjet-Tinte – eine Option, die dem industriellen digitalen Wellpappenruck bis dato noch gefehlt hatte. Die Verwendung der wasserbasierten weißen Tinte, die durch ihre sehr hohe Deckkraft auf brauner und recycelter weißer Wellpappe überzeugt, eröffnet Markeninhabern und Verpackungsdruckern neue Designmöglichkeiten und wertet Transportverpackungen deutlich auf. Durch das Überdrucken von Weiß wird auf nahezu jedem Topliner eine signifikant bessere Bildqualität erzielt und zudem

eine exakte Abstimmung auf Sonderfarben ermöglicht.

Für Kunden, die sehr hohe Volumina zu bewältigen haben, steht die CorruJet 170 zur Verfügung, die das Beste aus dem Flexodruck mit unserer weltweit führenden digitalen Qualität und Produktivität in sich vereint. Sie wurde für ein Produktionsvolumen von über 1,5 Mio. Quadratmetern pro Monat konzipiert und verwendet ebenfalls lebensmittelechte Druckfarben auf Wasserbasis, um sowohl aktuelle als auch zukünftige gesetzliche und ökologische Standards zu erfüllen.

Wo sehen Sie die jeweiligen Märkte für diese Maschinen?

Hinsichtlich der VariJet, unserer Faltschachtelmaschine, bin ich davon überzeugt, dass sich jeder Druckdienstleister, der für die Faltschachtelproduktion zwei bis drei Offsetmaschinen auslastet, mit dieser Maschine näher auseinandersetzen sollte. Wer in diesem Segment ein Volumen von 45 Mio. Bogen oder mehr pro Jahr generiert, hat sicherlich eine Vielzahl an Jobs, die mittlerweile eine relativ kleine Auflage haben. Auch wenn das jährliche Produktionsvolumen an Druckbogen eines Druckdienstleisters zunimmt, kann die VariJet den Offset-

druck ergänzen und die Effizienz der gesamten Produktion um einen beachtlichen Teil erhöhen. Hinsichtlich der Farben und Flexibilität sind die Ansprüche der Kunden deutlich gestiegen, die Zahl der unterschiedlichen Versionen nimmt zu, oder er fragt nach Barcodes oder speziellen Sicherheitsmerkmalen – alles Ansprüche, denen unsere Kunden mit ihren klassischen Offsetmaschinen nicht nachkommen können. Die VariJet ist genau für diese Anforderungen die richtige Lösung.

Mit Blick auf die verkauften Stückzahlen ist die Delta SPC 130 im Single Pass-Druck für den industriellen Wellpappendruck gut positioniert, da wir unterschiedliche Varianten anbieten können. Angefangen von der halbautomatischen „Core“-Konfiguration bis zur vollautomatischen „Automatik“-Konfiguration. Die „Core“-Konfiguration bietet eine relativ einfache Einstiegsmöglichkeit mit vier Farben und einer Produktion von bis zu 6 Mio. Quadratmetern. Sie richtet sich an Unternehmen, die auf die digitale Produktion umstellen oder ihr aktuelles Angebot erweitern möchten. Mit einem beeindruckenden Preis-/Leistungs-Verhältnis eignet sich die Maschine für Unternehmen mit Medienformaten von bis zu 1,30 m mal 2,8 m für Wellpappenanlagen.

Mit unserem Baukastensystem kann die Delta SPC beliebig vor Ort ausgebaut werden und gemeinsam mit dem Geschäft des Kunden auf Produktionsvolumen von bis zu 15 Mio. Quadratmeter anwachsen. Dieses Baukastensystem hat sich bewährt, da der Kunde zu Beginn noch nicht abschätzen kann, wie groß die Volumina im Laufe der Zeit tatsächlich werden und welche konkreten Applikationen er darauf fährt, was für die Farbauswahl ja von entscheidender Bedeutung ist. Daher erhalten unsere Kunden so die Möglichkeit, ihre Delta SPC sukzessive auszubauen und an das vor-

herrschende Geschäft anzupassen. Dies gewährleistet eine hohe Investitionssicherheit.

Bei unserer CorruJet handelt es sich technologisch gesehen, um eine hochperformante, technisch ausgefeilte Maschine, die jedoch aufgrund der benötigten Druckvolumen eine Nische bedient.

Was glauben Sie, wie lange der digitale Wellpappen- und Faltschachteldruck noch benötigt, bis er sich etabliert?

Ich bin davon überzeugt, dass jeder Wellpappendrucker, der ein Volumen ab 40 Mio. Quadratmeter pro Jahr abdeckt, längst festgestellt hat, dass er das Potenzial, das der Druck auf Wellpappe heute birgt, deutlich weiter ausreizen müsste. Flexibilität wird auch in diesem Marktsegment immer wichtiger, und spätestens wenn er feststellt, dass er bestimmte Jobs nicht mehr länger annehmen kann, weil er Anforderungen hinsichtlich der Farbzahl, des Speed-to-markets oder der Versionisierung nicht erfüllen kann, macht eine solche Investition Sinn. Bedruckte Kartonagen liegen klar im Trend und es besteht definitiv ein großer Markt dafür. Gleichzeitig ist uns jedoch bewusst, dass der Druck in diesem Segment vielfach noch Nebensache ist. Mit dem Digitaldruck und den neuen Möglichkeiten, die sich damit eröffnen, wird sich dies ändern. Die eigentliche Hürde, in eine digitale Druckmaschine für diesen Markt zu investieren, besteht in den festgefahrenen Denk- und Vorgehensweisen. Denn derzeit agieren die Verpackungsdruckereien immer noch sehr volumen- und preisorientiert und versuchen darüber ihre Aufträge zu generieren. Mit dieser Strategie wenden sie sich mit ihren Angeboten primär an die Einkaufsabteilungen der Marken und Retailer. So lange dies der Fall ist, gestaltet sich eine weitreichende Etablierung des Digital-

drucks in diesem Marktsegment als kompliziert. Natürlich wird es immer Jobs geben, die aufgrund ihrer Größe oder der Tatsache, dass sie nur einmal gedruckt oder mit variablen Daten versehen werden müssen, zwangsläufig über eine Digitaldruckmaschine laufen. Doch mit einer solchen Strategie bekommt man diese Maschine nicht immer zu 100 % ausgelastet. Daher besteht der nächste logische Schritt darin, dass sich die Verpackungsproduzenten anders als bisher vielmehr an die Marketing- und Vertriebs- und Supply-Chainabteilungen der Marken und Retailer mit ihren Angeboten wenden müssen, um dort aktiv Ideen für Designänderungen, Werbekampagnen und Inventarmanagement anzustoßen und zu kommunizieren, dass sie nun über einige zusätzliche Möglichkeiten verfügen, um die jeweiligen Verpackungen gekonnt in Szene zu setzen, die jenseits der Leistungen einer konventionellen Druckmaschine liegen. Wem es gelingt hier Gehör zu finden, der erhält auch die Möglichkeit gemeinsam mit seinen Kunden zu überlegen, welche Aktionen man mit dieser Technik künftig anstoßen kann. Hierbei handelt es sich um eine klare Win-win-Situation für beide Seiten: Die Brands profitieren von neuen Marketing- und Supply-Chainmöglichkeiten und der Drucker kann seine Maschine auslasten, sich auf diese Weise vom Wettbewerb abheben und seine Kunden noch enger an sich binden. Mit diesem zusätzlichen Service und kreativem Input ist er als Anbieter nicht mehr so austauschbar wie zuvor und kann gleichzeitig dem Sog der Preisspirale entgehen.

Kreativität, Kommunikation und proaktives Denken, das ist das Mindset, das wir im Markt noch mehr benötigen. Die Initiative zu ergreifen ist das Gebot der Stunde und wir versuchen, auch direkt über Koenig & Bauer mit den Marken in Kontakt zu treten und sie gezielt zu informieren, was mittlerweile für Möglichkeiten durch den Digitaldruck bestehen. Wir laden die Brands vermehrt zu unseren Events ein, damit sie einmal selbst sehen, was andere Marken bereits umsetzen und was technisch heute alles möglich ist. Ich bin mir sicher, wenn ein oder zwei Marken richtig Gas geben und die Möglichkeiten neu ausloten, wird sich der Digitaldruck breiter im Markt etablieren.

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



Die VariJet 106 von Koenig & Bauer Durst ist eine Entwicklung des Joint Ventures und nutzt die weltweite Erfahrung und Kompetenz der beiden Muttergesellschaften.