

Interview mit Mark Malekpour, Regional Business Manager HP Industrial Printing

Ein Maximum an Effizienz

Mit einer beeindruckenden Fläche von 4.506 qm nahm HPs Stand den größten Messeauftritt auf der diesjährigen drupa im Mai ein. Anhand von acht Produktionslinien, die alle auf eine intelligente Automation ausgerichtet waren, demonstrierte das Unternehmen eindrucksvoll, wie sich den derzeit wichtigsten Herausforderungen im Markt erfolgreich begeben lässt. Hierzu zählen in erster Linie der Arbeitskräftemangel, der Energieverbrauch, die Abfallreduzierung, die Massenindividualisierung und die On-Demand-Produktion. Wir sprachen mit Mark Malekpour, Regional Business Manager HP Industrial Printing, über Automation als Effizienzbooster, die intelligente Vernetzung von Maschinen und neue Marktsegmente für den Digitaldruck.

Wie zufrieden sind Sie mit dem Verlauf der Messe und der Besucherresonanz?
Die drupa hat unsere Erwartungen sogar übertroffen. In der gesamten Halle waren alle Stationen sehr gut besucht und wir konnten einen sehr großen Zustrom interessierter Besucher verzeichnen. Wir hoffen, dass dies nicht nur für unseren Stand galt, denn es ist im Interesse von uns allen, dass diese Messe insgesamt sehr gut frequentiert ist, denn nur dann kann sie auch wieder wie gewohnt stattfinden. Für HP war es von vorneherein klar, dass wir wieder auf der weltweit wichtigsten Druckmesse vertreten sein werden, und der Erfolg unseres Messeauftritts



Mark Malekpour, Regional Business Manager HP Industrial Printing

hat gezeigt, dass dies die richtige Entscheidung war.

Natürlich haben wir uns im Vorfeld intensiv Gedanken darüber gemacht, was wir eigentlich ausstellen möchten. Wir haben lange überlegt, welche Botschaft wir transportieren wollen, wo die Zukunft des Drucks liegt und wie sich die Märkte und die Anforderungen unserer Kunden verändern. Mit unseren acht intelligenten Produktionslinien, an denen über 25 Partnerunternehmen beteiligt waren, sowie den zahlreichen Anwendungsbeispielen haben wir rückblickend eine perfekte Mischung unterschiedlichster Anwendungen zusammengestellt.

Wir haben uns sehr stark darauf fokussiert produktive Maschinenkonfigurationen zu zeigen, die leicht zu bedienen sind und die vorhandenen Daten nutzen, um eine intelligente Automatisierung der Maschinen zu gewährleisten. Das Schöne bei HP ist – und das hat unser Auftritt in Düsseldorf sehr gut widerspiegelt – dass wir mit unserem Portfolio den gesamten grafischen Markt abdecken. Angefangen vom Inkjetbereich inklusive Highspeed-inkjet, über den Transaktionsdruck bis zum grafischen Akzidenzdruck adressiert HP mit seinen Lösungen sämtliche Bereiche. Dazu zählt auch der Akzidenzdruck im Bogendruck mit den HP Indigos im Halbformat sowie im A3-Format. Das A3-Format verkörpert

für HP ein wichtiges Marktsegment, dem wir auch weiterhin treu bleiben.

Hinzu kommen noch unsere Geschäfte im Etiketten- und Verpackungsmarkt, mit denen wir ein großes Wachstum verzeichnen können. Während der Coronazeit hat das Etikettengeschäft massiv an Bedeutung gewonnen, so dass wir uns dazu entschieden haben, die Lösungen, die wir sonst nur auf der Labelexpo präsentiert haben, dieses Mal auch auf der drupa auszustellen. Und das Interesse war sehr groß.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass sich anhand all der hier geführten Gespräche mit Kunden und Interessenten eine deutliche Verschiebung in der Debatte zwischen digital und analog abzeichnet. Diese Verlagerung wird sich meiner Ansicht nach in den kommenden Jahren noch weiter beschleunigen.

Wo sehen Sie die derzeit größte Herausforderung im Markt?

Die größte Herausforderung im deutschen Markt sowie in den Niederlanden und Belgien besteht sicherlich darin, vakante Stellen zu besetzen. Personal zu finden wird zunehmend schwieriger – von gut ausgebildetem Fachpersonal wollen wir gar nicht erst reden. Aus diesem Grunde zielen die meisten unserer Optimierungen und neuen Entwicklungen darauf ab, möglichst viele Prozesse und Produktions-

schritte zu automatisieren. Unser strategischer Ansatz besteht darin, proaktiv daran mitzuwirken, dass die Druckdienstleister und die Verpackungsbetriebe durch KI und den Einsatz von Robotern personell entlastet werden und sich zu einer hochautomatisierten, vollständig integrierten Industrie entwickeln. PrintOS, MoviGo Roboter und End-to-End-Systeme für das Produktionsmanagement sind dabei wichtige Bausteine.

Auffällig ist zudem, dass sich ein markanter Aspekt der Druckbranche in den vergangenen Jahren verändert hat: Während früher der allgemeine Tenor lautete, unbedingt eine Lagerhaltung zu vermeiden und möglichst viel just-in-time zu produzieren, hat es seit der Pandemie ein deutliches Umdenken gegeben. Die meisten Unternehmen wollen mit Blick auf ihre Lieferfähigkeit kein Risiko mehr eingehen, und die sofortige Verfügbarkeit der gewünschten Produkte ist ein wichtiges Kriterium geworden.

Wie kann eine intelligente Automatisierung heute realistisch aussehen?

Wir haben demonstriert, wie HPs intelligente Produktionslinien, die 24/7 innerhalb einer intelligenten Lieferkette arbeiten, eine vielversprechende Zukunft für Markeninhaber, Druckereien und Verarbeiter sichern. Die Cloud-basierte PrintOS-Infrastruktur einschließlich des neuen PrintOS Site Flow für Komponenten, die nicht von HP sind, bilden das Fundament für die Zukunft der Druckproduktion.

HP hat sich sehr früh die intelligente Vernetzung der Maschinen auf die Flagge geschrieben und PrintOS bereits 2016 auf den Markt gebracht. Heute sehen wir den enormen Vorteil eines solch zentralisierten Print Operating Systems, in dem der Kunde alles zusammenführen kann. Dies gilt nicht nur für unsere Maschinen, sondern auch für Maschinen von Drittanbietern. Auf diese Weise erhält der Kunde wichtige Informationen über die Auslastung und neue Möglichkeiten zur Steuerung seines Maschinenparks.

Eine intelligente Automatisierung der gesamten Druckproduktion beginnt bereits in der Druckvorstufe und der Frage, wie die Daten an die Maschine gelangen. Dazu gehört auch eine automatisierte Fehlerbehebung, bei der der

Bediener keinen zusätzlichen Eingriff mehr vornehmen muss. Wir haben intelligente Funktionen integriert, die einen Defekt auf einem Druckbogen erkennen, ihn automatisch ausschleusen und insgesamt in der richtigen Reihenfolge weiter drucken können, ohne dass der Mitarbeiter einen Handlungsbedarf hat. Dies beeinflusst sowohl die Produktivität als auch den Faktor Nachhaltigkeit. Denn wird der Fehler erst beim Finishing entdeckt, ist es zu spät und es sind bereits zu viel Abfall und höhere Kosten entstanden.

Wenn man sich unsere neuen Maschinen, die wir anlässlich der drupa vorgestellt haben, anschaut, haben wir bei der HP Indigo 120K, der HP Indigo 18 K und der Sicherheitsdruckmaschine HP Indigo K Secure sehr großen Wert darauf gelegt, einen sehr hohen Automatisierungsgrad mit einzubringen. Sie alle zeichnen sich durch ihre einfache Bedienbarkeit aus, unterstützen den Operator und die Daten der Maschinen lassen sich beispielsweise dazu nutzen, planbare Services einzurichten.

De facto sind wir mit unseren neuen Maschinen nicht schneller geworden, sondern produktiver. Und dieser Produktivitätsgewinn konnte allein durch Automatisierung, weniger manuelle Eingriffe sowie einen 20 bis 30%igen Qualitätszuwachs realisiert werden. Automation fungiert sozusagen als regelrechter Effizienzbooster.

Wie entwickelt sich für HP der Verpackungssektor? Welche Märkte sind hier besonders attraktiv?

Wir erleben, dass insbesondere im Stückgutsektor das Geschäft deutlich an Fahrt gewonnen hat. Mittlerweile sind Etiketten nahezu überall zu finden. Mit der HP Indigo 6K, der HP Indigo V12 und der HP Indigo 200K he-

ben wir den Etikettendruck auf ein ganz neues Niveau. Die neue LEPx-Technologie ist dabei zukunftsweisend für alle neuen weiteren Produkte.

Unsere Faltschachtelmaschine im Halbformat hingegen ist derzeit noch ein Nischenprodukt. Ihre Zielgruppen sind professionelle Faltschachtelanbieter, die im großen Umfang im Offset mit großen Auflagen agieren, jedoch erkennen, dass ihre Kunden auch Kleinstauflagen benötigen. Dabei finde ich es besonders spannend, welche Möglichkeiten sich einem Unternehmen bieten, über die Verpackung mit seinem Endkunden zu kommunizieren. Dies ist mit der digitalen Technologie mit Versionisierung im Zusammenspiel mit Social Media auf einem ganz neuen Niveau möglich. Somit kann der gleiche Inhalt über die Verpackung erfolgreich an verschiedene Käufergruppen adressiert werden. Dies erhöht nicht nur die Verkaufschancen des jeweiligen Produktes, sondern intensiviert auch den Kontakt zum Endkunden, und genau dafür ist die Verpackung perfekt geeignet.

Ein Markt, der nach wie vor sehr stark gefragt ist, sind flexible Verpackungen. Dieses Segment bringt ein enormes Wachstum mit sich. Einer der Gründe dafür liegt sicherlich in der wachsenden Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit. Heute existieren Monomaterialien, die sich sehr gut recyceln lassen und mit denen trotzdem die erforderlichen Barrieren zur Verfügung stehen. Mittlerweile lassen sich rund 95 % der Produkte mit Monomaterialien verpacken. Dies ist ein echter Pluspunkt für die flexible Verpackung, und man sieht im Supermarkt, wie die Hersteller vermehrt auf diese Strategie setzen.

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

Mit einer Geschwindigkeit von 120 m/min und der Produktivität von zwei bis vier analogen Druckmaschinen sorgt die HP Indigo V12 für eine Revolution im Etikettendruck.

