

Peter J. Rickenmann, CEO der Koenig & Bauer (CH) AG in Höri, ist seit 40 Jahren mit Leidenschaft in der grafischen Branche zu Hause. Dabei ist er ein glühender Verfechter der Printmedien.

KOENIG & BAUER

Transformation zum agilen Technologiekonzern

Die *Koenig & Bauer AG* vereint gleich mehrere Superlative: ältester Druckmaschinenbauer und mit dem breitesten Produktprogramm der Branche zweitgrösster Hersteller der Welt. Kernkompetenz ist die Entwicklung und Herstellung innovativer Drucksysteme samt dazugehöriger peripherer Anlagen.

Text: Klaus-Peter Nicolay | Fotos: Jean-Paul Thalmann

Jetzt hat *Koenig & Bauer* einen weiteren Meilenstein in seiner über 200-jährigen Geschichte gesetzt. Nach der Vorstellung der digitalen Rollenmaschine *RotaJET* (das war schon auf der *drupa* 2012) und der digitalen Wellpappendruckmaschine *CorruJET* hat der Würzburger Druckmaschinenhersteller nun zusammen mit dem Joint-Venture-Partner *Durst* den *Rapida*-Bogenoffsetmaschinen im Verpackungsdruck ein digitales Pendant an die Seite gestellt. Was es mit der *VariJET 106* auf sich hat und wie sich *Koenig & Bauer* aktuell im Markt aufstellt, hat *Druckmarkt*-Chefredaktor KLAUS-PETER NICOLAY im Gespräch mit PETER J. RICKENMANN, CEO der *Koenig & Bauer (CH) AG* in Höri, herausgefunden.

KLAUS-PETER NICOLAY: Wir haben uns schon längere Zeit nicht mehr in Ruhe und Ausführlichkeit unterhalten können – nicht zuletzt wegen der Pandemie. Inzwischen hat sich aber vieles geändert und man muss kein Prophet sein, um voraussagen zu können, dass sich die Branche durch die unterschiedlichsten Einflüsse noch weiter verändern wird. Aber bevor wir auf Zukünftiges schauen: Wo steht die Druckindustrie heute?

PETER J. RICKENMANN: In der aktuellen Situation, nach und hoffentlich am Ende in der Pandemie, nicht gerade einfach einzuschätzen. Zumal man in einer zunehmend komplexer werdenden Welt ohnehin sehr genau differenzieren muss zwischen globalen und nationalen beziehungsweise regionalen Märkten. Allein die Frage nach den globalen Märkten hat es schon in sich. Denn die einen sprechen von rund 800 Milliarden US-Dollar Umsatz, die jährlich im gesamten Verpackungs- und

Akzidenzdruck generiert werden. Bei Euch, im *Druckmarkt*, habe ich gelesen, der Markt sei 2,6 Billionen Dollar gross, wenn man über die grafischen Techniken hinaus neue Märkte wie Industrial Print und das industrielle Umfeld berücksichtigt.

In jedem Fall ist der Markt für Gedrucktes grösser als etwa die Automobilindustrie und um Dimensionen umsatzstärker als die Musikbranche. Obwohl letzterer viel mehr Beachtung geschenkt wird, macht sie weltweit gerade einmal 21,6 Mrd. Dollar Umsatz.

Das entspricht ja gerade einmal dem Print-Umsatz von Deutschland.

So ist es. Was nichts anderes bedeutet: Print ist im Gesamtvolumen ein völlig unterschätzter, aber nach wie vor hoch interessanter Wirtschaftszweig.

Du hast es bereits angesprochen: Drucken ist weit mehr als Akzidenz- und Verpackungsdruck. Warum ist das in der Öffentlichkeit weitestgehend unbekannt?

Drucken an sich wird von der Wirtschafts- und Publikumspresse nur an den Verkaufszahlen von Tageszeitungen und Zeitschriften gemessen.



Quellen: Infotrends; I.T. Strategies; zipcon consulting; Druckmarkt-Grafik: 4/2022.

>

Gelegentlich werden noch Bücher erwähnt. Aber die Vielfalt von Print jenseits von Papier wird dabei vernachlässigt, auch was Karton, Wellpappe und andere Substrate anbelangt. Das ist zwar mehr als bedauerlich, aber kein typisch Schweizer Problem. Kollegen aus anderen Ländern beklagen dies genauso. Aber bisher hat noch keine Aufklärungskampagne etwas gegen dieses Unwissen ausrichten können.

Gibt es solche Kampagnen denn überhaupt? Ich sehe, wenn überhaupt, immer nur gut gemeinte Einzelmassnahmen. Aber um ganz ehrlich zu sein: Es ist ja manchmal sogar innerhalb der Branche schwer, beispielsweise einem Buchbinder zu erklären, was im Zeitungsdruck alles möglich ist.

Stimmt, das erleben wir auch fast jeden Tag. Und es versetzt viele Menschen immer noch in Staunen, wenn ich erläutere, welche enorme Vielfalt an Produkten mit Technik von *Koenig & Bauer* für den täglichen Gebrauch hergestellt wird.

Verständlich bei der Fülle an Anwendungen und Maschinen.

Was eben daran liegt, dass wir uns traditionell nicht nur auf ein Segment der Branche oder auf nur eine Maschinengattung fokussieren. Wir richten unsere Aufmerksamkeit auf eine breite Basis aus Bogen- und Rollenoffset, Wellpappendruck und -verarbeitung, Flexo- und Blechdruck, Glas- und Hohlkörperdruck, Banknotendruck, Postpress einschliesslich Stanzen und Faltschachtelkleben sowie nicht zuletzt Digitaldruck. Mit diesen Techniken lassen sich Verpackungen – vom Blechdruck über Packaging mit verschiedenen Druckverfahren bis zum Coding – sowie Akzidenzen aller Art und Wertpapiere herstellen. Diese Vielfalt hat sonst niemand zu bieten.

Das stärkste Segment ist aber der Bogenoffsetdruck, der rund die Hälfte des Konzernumsatzes ausmacht. Lässt sich das auch auf die Schweiz übertragen?

Isoliert betrachtet, ja. Denn die meisten Aufträge drehen sich um den Bogenoffset. Trotzdem investierten Schweizer Medienhäuser auch noch in Zeitungsmaschinen oder deren technologischen Ausbau wie etwa

Mess- und Regeltechnik. Zukünftig dürften im Rollenwie Bogenbereich auch spektakuläre Aufträge möglich sein – konventionell oder digital. Von grosser Priorität und Relevanz ist dabei der gesamte Servicebereich für Bogen und Rolle.

Wir sind als *Koenig & Bauer Schweiz* aber mehr als Druckmaschinenverkäufer. Wir schlagen als kompetenter Dienstleister die Brücke zwischen Kunden und exklusiven Lieferpartnern. Dabei bieten wir für die verschiedenen Märkte Beratung, Analysen, Projektbetreuung, Verkauf, Installation sowie After-Sales-Services mit dem Fokus auf Druckmaschinen und Peripherie. Und innerhalb dieser Märkte gibt es einige Segmente mit vielversprechenden Wachstumschancen. Es gibt intakte, aber stagnierende Bereiche und lukrative Nischenmärkte, die sich zurzeit noch entwickeln.

In welche Kategorie muss man derzeit die Schweiz einordnen? Intakter, lukrativer, aber stagnierender Nischenmarkt?

Der Schweizer Markt ist zwar klein, im weltweiten Vergleich aber nach wie vor stark. Und was die Diversität, den Qualitätsstandard, die Technologieaffinität und Innovationskraft ausmacht, ist die Schweiz sicherlich noch immer ganz vorn. Das ist ja nicht gerade eine schlechte Basis.

Aber auch der Schweizer Markt schwächelt seit einigen Jahren. Das ist zumindest die Sprache der Zahlen.

Das ist richtig, insbesondere wirkte die Pandemie wie ein «Brandbeschleuniger» für eine zusätzliche Baisse. Eine Marktberreinigung war, ist und wird notwendig sein. Im Verhältnis zur Schweizer Marktanforderung und im Vergleich zum umliegenden Ausland besteht definitiv eine enorme Überkapazität, die es zu bereinigen gilt. Dies wird wohl schmerzhaft sein, aber für eine Gesundung unumgänglich.

Aber zu den Zahlen: Wirtschaftszahlen samt Statistiken blicken stets zurück, spiegeln die Vergangenheit wider, zeichnen aber keine Perspektive für die Zukunft. Wir leben aber in der Gegenwart und wollen in die Zukunft. Deshalb arbeiten wir als Hersteller zusammen mit unseren Kunden an Lösungen, die kompetitiver machen und effizienter sein müssen. >

Bogenoffsetmaschinen für Akzidenzen und Verpackungen sind das umsatzstärkste Segment von Koenig & Bauer. Im Bild eine Rapida 106 im preisgekrönten Koenig & Bauer-Design als hoch automatisierte Fünf-farbenmaschine mit Lackwerk.





Einfach nachhaltig.
Das Druckfarbensystem mit Reinheitsgarantie.

www.pure-inks.com

Ihr Ansprechpartner in der Schweiz:

Epple Druckfarben Schweiz GmbH

Hünikerstrasse 2 | 8442 Hettlingen | Schweiz

+41 52 316 17 33 | info@epple-druckfarben.ch | www.epple-druckfarben.ch

 **PURE**
the nature of ink



Mit der ErgoTronic App auf dem Smartphone lassen sich Druckmaschinen überwachen und steuern.

Dies beinhaltet auch schlankere Prozesse, eine noch weiter reichende Automation, neue digitale Technologien sowie massgeschneiderte Dienstleistungen. Dabei berücksichtigen wir natürlich auch die vorliegenden Zahlenwerke und Statistiken.

Das ist aber nicht unbedingt eine Schweizer Lösung.

Das Schwächeln der Druckindustrie, insbesondere der Zeitungs- und Akzidenzbereich, weniger der Verpackungsdruck ist ja auch nicht typisch für die Schweiz, sondern ein weltweites Phänomen.

Unsere Aufgabe ist es, die allgemeinen Branchentrends auf Schweizer Niveau zu bringen und sie im Sinne unserer Kunden umzusetzen. Aufgrund unseres engen Kontaktes zu Druckereien und Verlagen wissen wir natürlich, dass die Schweizer Druckindustrie mit der Kostenstruktur überproportional heftig zu kämpfen hat. Ebenso mit den kapitalintensiven Investitionen, die Print und Finishing nun einmal mit sich bringen. Zu allem Überfluss traf Covid-19 auf diese ohnehin schon herausfordernde Situation mit aller Wucht.

Und was Corona nicht schafft, besorgt jetzt die Papierindustrie?

Das Urteil ist wohl etwas zu hart. Der Papierindustrie hat ja auch arg zu kämpfen und lebt ja letztlich vom Papierverkauf. Aber es steht mir nicht zu, das Geschehen rund um Papier- und Kartonpreise und Verfügbarkeit weiter zu kommentieren. Nur so viel: Es wäre schade, wenn das Medium Papier als kulturelles Gut durch die aktuelle Situation beschädigt würde.

Denn eines ist mir ganz wichtig: Das gezielte und kontrollierte Aufbringen von Farbe auf Papier und Karton ist Teil unserer DNA. Ohne das geht es in Print nicht. Zudem gibt es kein anderes Medium mit diesem hohen Mass an Vielseitigkeit und Verwendbarkeit. Emotionale Wirkung, Haptik und die enorme Stärke als Werbeträger sowie Markenbotschafter sprechen ebenfalls für Papier und Karton. Print und Papier sind ein Kulturgut, das Schutz, Orientierung und Wissen bietet.

Hoffentlich beherzigt die Industrie diese Mahnung. Denn wenn der Streit weiter eskaliert, wandern am Ende noch mehr Kunden zu den Online-Medien ab. Damit wären wir wieder beim Thema Marktbereinigung. Darüber reden wir schon seit 20 Jahren. Irgendwann muss aber doch einmal Schluss sein, sonst gibt es keinen Markt mehr.

Manch einer befürchtet das – doch Drucken wird uns erhalten bleiben. Drucken wird sich aber weiter verän-

dern und in einigen Segmenten weiter zurückgehen. Gleichzeitig aber wird Print in andere Bereiche vordringen, die wir bisher noch nicht wirklich als Druckmärkte auf dem Radar haben. Ohnehin schlägt der digitale Druck die Brücke vom traditionellen Druck in die industriellen Anwendungen. Das zeigen auch die Installationen der RotaJET im Dekormarkt.

Beim Blick auf industrielle Anwendungen taucht doch gleich auch das Schlagwort Industrie 4.0 auf, nach dem alles mit allem vernetzt wird. Ist die Branche schon so weit, diese grossen Schritte mitzugehen?

Digitale Plattformen, Print 4.0, digitale Transformation, virtuelle Assistenten, aber auch Künstliche Intelligenz und so weiter sind längst nicht mehr nur trendige Schlagwörter, sondern ganz konkrete Komponenten im daily Business der Druckbranche, die in Zukunft matchentscheidend sein können. Diese Technologien nutzen wir bei Koenig & Bauer selbst und setzen sie als neue Angebote für unsere Druckereikunden um.

Kannst Du uns konkrete Beispiele nennen?

In erster Linie nutzen wir Techniken wie das «Internet der Dinge» im Service. Für die Produktionssicherheit etwa sorgt der PressSupport 24/7, eine Fernwartung samt Hotline an 363 Tagen im Jahr. Dieser ermöglicht Aktionen wie den PressCall, bei dem eine Maschine via Internet mit dem Werk in Radebeul vernetzt ist. Wird ein «Vorfall» gemeldet, wissen die Spezialisten vom Hotline-Service sofort, um was es geht. Über die Chatfunktion mit dem Serviceingenieur können Informationen ausgetauscht und Interventionen vorgenommen werden. Die Funktion Visual Press Support macht die Behandlung von Problemen effektiv und verständlich. Denn über bidirektionale Videoverbindungen zwischen dem Drucker und dem Fernwartungstechniker werden Lösungen höchst effizient gefunden.

Ein Tool, um Ausfälle zu vermeiden, ist Predictive Maintenance. Ein Data-Analytics-System filtert aus dem Datenstrom, den eine Druckmaschine sendet, die Informationen heraus, die das nicht normale Verhalten der Maschine beschreiben. Uns interessieren nur diese Auffälligkeiten, um dann schon Massnahmen einleiten zu können, bevor ein Fehler überhaupt auftritt. Digitale Ignoranz ist hierbei der Schlüssel.

Ich habe einen Höllenspass an dem Begriff digitale oder künstliche Ignoranz, den ich bei einer Präsentation in Radebeul erstmals gehört habe. Dabei fiel auch das Schlagwort Performance Management. Hat sich da auch etwas getan?

Bei diesem Service werden Leistungsdaten analysiert, die den Kunden bei der Prozessoptimierung von der Warenannahme des Papierstapels bis hin zur Auslieferung des fertigen Produktes unterstützen. Der Performance Report liefert alle Produktionskennzahlen auf ei-

nen Blick und erlaubt das frühzeitige Identifizieren von Trends und Mustern in der Produktion sowie anonymes und globales Benchmarking.

Für mich als Journalist ist wohl die nächste Aufgabe, ein Wörterbuch für all die neuen Begriffe zu schreiben. Aber Spass beiseite: Sind die Leistungen nur für Bogenoffsetmaschinen verfügbar oder strebt Koenig & Bauer dies für alle Maschinen an?

Zunächst einmal sind vernetzte Prozesse unbestritten die Schalthebel für mehr Profitabilität und Effizienz und damit wesentliche Bausteine für den industriellen Druck. Digitalisierung ist also kein Selbstzweck und darf auch nicht nur in einzelnen Projekten angewendet werden, sondern muss übergreifend ganze Produktionen begleiten. Wer in digitalen Business-Modellen denkt, muss alle Möglichkeiten auf dem Schirm haben. Dem entsprechend werden solche Lösungen überall da verfügbar sein, wo es sinnvoll ist.

Wechseln wir einmal das Thema und schalten auf den digitalen Druck um. Koenig & Bauer ist im Digitaldruck mit der Rollendigitaldruckmaschine RotaJET am Markt. Zudem seid Ihr als Maschinenbauer für HP aktiv und habt in einem Joint Venture

mit Durst die Bogendigitaldruckmaschine VariJET vorgestellt. Aber welche Strategie fährt Koenig & Bauer eigentlich im Digitaldruck?

Wer erst einmal unseren generellen Ansatz verinnerlicht hat, nach dem wir Farbe und Substrate zusammenbringen, wird die Philosophie dahinter verstehen. Denn wir berücksichtigen dabei Materialien, Verfahrenstechnologien, Maschinen und Druckverfahren. Also auch den industriellen Digitaldruck. Die unterschiedlichen Geschäftseinheiten von *Koenig & Bauer* setzen sich allesamt mit digitalen Technologien auseinander, sodass wir heute schon über ein beeindruckendes Portfolio und Know-how an digitalen Lösungen und Maschinen verfügen. Das umfasst neben Papier, Karton und Wellpappe, Metall, Glas, Hohlkörper sowie das Kennzeichnungssegment.

Das Joint-Venture mit *Durst* spielt dabei eine ganz wesentliche Rolle. Hier haben zwei Unternehmen zusammengefunden, die hohe Expertise bei der Entwicklung digitaler Systeme, bei der Software, bei Fluiden und beim hoch präzisen Maschinenbau haben. Industrielles Digitaldruck bedarf aller dieser Komponenten.

>

Horizon

Die Kleinsten leisten Grosses



CRF 362



CRA 36



CRS 36



RILLEN – PERFORIEREN – FALZEN IN EINEM ARBEITSGANG





In der Standardkonfiguration mit Inline-Primer-Station und einem Lackierwerk ist die VariJET 106 etwa 28 m lang, 4,1 m hoch und 5,9 m breit. Sie wiegt fast 21 Tonnen und besteht aus Bogenanleger, Primer-Einheit, Inkjet-Druckwerk mit Transportbändern, Trockner, Kühleinheit, Lackturm und Bogenauslage einschliesslich Auslageverlängerung mit Trocknung. Für diese Konfiguration kursiert ein Preis von etwa vier Mio. Euro, je nach Ausbaustufe.

Das Joint-Venture Koenig & Bauer Durst gibt es seit April 2019. Vorher hatte Koenig & Bauer mit Xerox versucht, die VariJET ins Laufen zu bringen. Was ja bekanntermassen nicht gelungen ist. Jetzt ist die VariJET 106 das erste gemeinsam entwickelte Produkt des Joint Ventures. Teil des Portfolios sind bereits die Delta SPC 130 und CorruJET 170 für die digitale Herstellung von Wellpappenverpackungen. Kommt da noch mehr?

Wir beobachten die Entwicklungen und bestehenden Angebote in unseren Marktsegmenten sehr genau und verifizieren die Anforderungen sowie etwaige Lösungsansätze. Sobald wir einen sinnvollen Business-Case erkennen, werden wir aktiv.

Ich hätte jetzt eine konkretere Antwort erwartet: eine Akzidenzmaschine zum Beispiel. Denn in seiner Produktstrategie richtet Koenig & Bauer den Fokus auf die Märkte Wellpappe und Faltschachtel. Auch die VariJET wurde als Maschine für Verpackungen vorgestellt. Ist der Akzidenzdrucker abgeschrieben?

Es ist richtig, dass die VariJET Faltschachtelmärkte wie Kosmetik, Luxusgüter, aber auch Pharma und Lebensmittel ansprechen soll. Das war von Beginn an das Ziel. Hier sehen wir auch das ideale Einsatzfeld für die Maschine.

Also wird es auch keine grössere oder kleinere Version geben?

Für den Akzidenzbereich haben wir mit der *RotaJET* im Hochvolumenbereich eine Lösung für Rolle zu Rolle oder Rolle zu Bogen, von Papier bis zu Karton und von 77 bis 225 cm Bahnbreite. Für den mittleren Auflagenbereich wünschte ich mir persönlich im Mittelformat eine 4/4-Digitallösung mit entsprechendem kompetitiven TCO, Total Cost of Ownership, für die Akzidenzdrucker.

Vergibt Koenig & Bauer damit nicht eine Chance? Jetzt hat man eine Maschinenplattform, auf die man aufbauen könnte und tut es nicht?

Ich kann Deine Neugier ja verstehen. Aber wir wollen nicht den zweiten Schritt vor dem ersten machen. Jetzt werden erst noch umfangreiche Tests gefahren, um un-

ter Einsatz eines breiten Materialspektrums die Grenzen des Drucksystems auszuloten.

Was macht Koenig & Bauer Durst anders oder besser als der Wettbewerber, der ebenfalls eine funktionierende Digitaldrucklösung hatte, sich aber wieder aus dem Markt verabschiedet hat?

Wir sind zu 100 Prozent unserer Digitalstrategie verpflichtet. Wir sehen aber auch die Erfolge der Rollenmaschine *RotaJET* im industriellen Umfeld. Das zeigt uns, dass der Markt Lösungen sucht, die hinsichtlich Verfügbarkeit und betriebswirtschaftlicher Aspekte wie dem TCO solide betrieben werden können wie die *VariJET*.

Wir glauben fest an den Digitaldruck als Ergänzung sowie in Koexistenz mit konventionellen Druckverfahren und werden weiter in dieses Segment investieren. Voraussetzung ist dabei, dass die Lösungen kurze Reaktionszeiten, Variantenvielfalt, Individualisierung und den wirtschaftlichen Druck von Kleinauflagen ermöglichen.

Ausserdem passt der Digitaldruck als Verfahren ohne Druckplatten und Chemie, aber mit der Möglichkeit, nur jene Auflage zu drucken, die tatsächlich benötigt wird, sehr gut zu unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Bei der Vorstellung der VariJET war die Rade davon, man habe das beste aus zwei Welten vereint. Das ist nicht zu übersehen. Denn während bei der Maschine vorn und hinten viel Koenig & Bauer zu sehen ist, kommt der digitale Kern vom Südtiroler Digitaldruckspezialisten Durst.

Das ist in der Tat so. Die Maschine basiert auf der *Rapida 106*. Das bedruckbare Bogenformat beträgt minimal 750 x 500 mm und maximal 1.060 x 740 mm. Damit eignet sich die *VariJET* als Siebenfarbenvariante für unbeschichtete und beschichtete Faltschachtelsubstrate mit einer Dicke von 0,2 bis 0,8 mm. Die Inkjet-Einheit und Druckkopfansteuerung kommt von *Durst*, ebenso die speziell für die *VariJET* entwickelten Tinten. Die werden über 24 Druckköpfe vom Typ *Fujifilm Dimatix Samba G3L* auf das Drucks substrat aufgebracht. Die Inkjetdruckköpfe bieten eine Auflösung von 1.200 x 1.200 dpi und erreichen damit Offsetdruckqualität.

Das Ganze hat aber auch seinen Preis. Die Maschine soll rund vier Millionen Euro kosten?

Lassen wir den Preis einfach mal so stehen, bis es den offiziellen Preis gibt. Wichtiger ist meines Erachtens, dass der Fokus auf den TCO des Kunden gerichtet ist, die Farbpreise vernünftig sind und sich die Maschine in bestehende Produktionsumgebungen einfügen lässt. Dadurch relativieren sich die Kosten. Nur ein Beispiel: Angesichts des Komplementär-Konzeptes kann für eine *Rapida* und eine *VariJET* dieselbe Materiallogistik genutzt werden.

Ist der Aufbau des Geschäfts mit Stanz- und Faltschachtelklebemaschinen schon mit dem Blick auf die VariJET erfolgt?

Möglichst umfangreiche Lösungen für den Verpackungsdruck anzubieten, ist für *Koenig & Bauer* von strategischer Bedeutung. Postpress nimmt in der Verpackung eine äusserst wichtige Rolle ein – im konventionellen wie im digitalen Druck. Dass sich die *VariJET* perfekt in bestehende Faltschachtel-Produktionsumgebungen einbinden lässt, ist also sicher kein Zufall. Das ist eher einer der grossen Vorteile – denn in der Schweiz haben wir mit dem schier übergewichtigen Marktleader eine spezielle Herausforderung vor uns.

Koenig & Bauer stellt sich gerne als Innovations-treiber und Technologieführer dar. Was nutzen solche Superlative eigentlich den Kunden?

Der Markt ist für unsere Kunden in der Summe spannend, aber extrem herausfordernd, breit gefächert, vielschichtig und komplex. Da erwarten sie von ihrem Partner innovative Lösungs-Kompetenz und Know-how. Bei uns finden sie darüber hinaus ein fundiertes

und tiefgehendes Prozess- und Materialverständnis, gepaart mit Verfahrenstechnik, Digitalisierung, Künstlicher Intelligenz und Serviceleistungen. Es gibt also kaum eine technologische Frage und/oder Lösung, die wir nicht beantworten oder anbieten könnten.

Zum Schluss noch eine eher ketzerische Frage. An einer Rapida 106 können sämtliche Platten für einen Auftrag innerhalb einer Minute gewechselt und ein neuer Job gestartet werden. Warum wird dann so viel Wert auf eine Digitaldruck-Maschine gelegt? Kanibalisiert Ihr damit nicht das eigene Automatisierungskonzept, das auf der Rapida läuft?

Diese Frage entspricht altem Schubladendenken. Aus unserer Sicht ergänzen sich die beiden Druckverfahren Offset und Digital. Daher müssen die beiden Maschinen auch nicht als Konkurrenz, sondern als komplementäres Angebot verstanden werden.

Üblicherweise werden auf der *VariJET 106* sieben Farben eingesetzt: CMYK, Orange, Violett und Grün. Diese Konstellation deckt über 95 Prozent des Farbenspektrums im Druck ab. Während eine *Rapida 106* bis zu 20.000 Bogen pro Stunde bewältigt, ist die *VariJET* auf maximal 5.500 Bogen und für «Mass Customization» ausgelegt, kann aber genauso gut Auflage 1 drucken und versetzt *Koenig & Bauer* in die Lage, für Auflagen von 1 bis zu 1 Million die passenden Lösung anbieten zu können. Das macht uns einzigartig im Markt.

Vielen Dank, Peter, für das ausführliche Gespräch. Und viel Erfolg.



BOGRAMA BSR 550 Servo

Rotatives Stanzen, Anstanzen, Rillen, Perforieren und Prägen verschiedenster Produkte wie Verpackungen, Etiketten, Mailings, Präsentationsmappen.

Flexible Inline- oder Offline-Lösung für den Verpackungs-, Digital-, Akzidenz- und Etikettendruck.



BOGRAMA AG | Mettlenstr. 1 | CH-8488 Turbenthal
Telefon +41 52 396 27 70 | www.bograma.ch

BOGRAMA
BOCHSLER GRAFISCHE MASCHINEN

THE POSTPRESS
ALLIANCE
we connect.

MBO
KOMORI Group

hohner
perfection in postpress

baumann PERFECTA

BOGRAMA
BOCHSLER GRAFISCHE MASCHINEN

wohienberg

H+H
KOMORI Group

www.postpressalliance.com