

GALLUS

Digitalisierung in der Etikettenproduktion

Seit vielen Jahren ist der Verpackungs- und Etikettendruck einer der Wachstumstreiber bei der Digitalisierung sowie den digitalen Drucktechniken. Mit einem ganzheitlichen Lösungsangebot will *Heidelberg* die daraus entstehenden Chancen nutzen. Ein Beleg dafür ist die neu entwickelte digitale Etikettendruckmaschine *Gallus One*. Sie verbindet einen hohen Automatisierungsgrad mit umfassender Konnektivität und niedriger Total Cost of Ownership.

Von Druckmarkt-Redaktion

Wir haben mit DARIO URBINATI, Geschäftsführer der *Heidelberg*-Tochter *Gallus*, im Rahmen der *Experience Days* in St. Gallen gesprochen.

Herr Urbinati, welche Trends prägen das Marktsegment des Etikettendrucks?

Der digitale Etikettendruck ist mit einem jährlichen Wachstum von rund sechs Prozent das am stärksten wachsende Marktsegment unserer Branche. In diesem Markt wollen wir mit dem Etikettendrucksystem *Gallus One* unsere Position ausbauen. Hierfür adressieren wir die grössten Herausforderungen unserer Kunden: Die mit Abstand wichtigste ist der Fachkräftemangel. Diesen spüren wir nicht nur in Ländern mit der sprichwörtlichen Boomer-Demografie, sondern auch in Ländern mit anderer Altersstruktur.

Welche weiteren Herausforderungen haben Ihre Kunden genannt?

Die hohen Energie- und Substratpreise, aber mitunter auch die schlichte Knappheit von Produktionsmitteln infolge von Lieferengpässen – und damit ein steigender Kostendruck. Ausserdem rückte nach der Pandemie das Thema Nachhaltigkeit mit Nachdruck stärker in den Fokus. Alles in allem steht der Markt vor grossen Veränderungen.

Kommen wir zurück zum Fachkräftemangel. Mit welchen Massnahmen reagieren Sie darauf?

Weltweit fehlen qualifizierte Arbeitskräfte in der Druckbranche. Für uns bedeutet das: Wir müssen also Systeme und Prozesse bereitstellen, die unseren Kunden entsprechende Arbeitsweisen ermöglichen und die Wertschöpfungskette mit weniger Human Inter-

vention betreiben lässt. Ein Schlüssel dafür ist die Konnektivität von Maschinenparks mit den technischen Ökosystemen, die sie umgeben – und mit der Cloud. Aber wie genau machen wir das? Um das herauszufinden, haben wir vor dem Start des aktuellen Innovationszyklus eine sogenannte Outside-in-Entwicklungsschleife eingebaut.

Sie haben sich also Kompetenz von aussen hereingeholt.

Genau, und zwar jene Kunden, die wir direkt in den Entwicklungsprozess einbinden. Auf dieser Grundlage haben wir unser Produktkonzept durch Iterationen immer wieder angepasst und auf Machbarkeit und Marktanforderungen hin überprüft; und das so lange, bis wir sicher waren, dass wir gezielt die Bedürfnisse der Kunden von heute und morgen abdecken.

Was war neben dem Optimieren, Standardisieren und Automatisieren von Prozessen wichtig?

Das Optimieren, insbesondere das Standardisieren und Automatisieren von Produktionsprozessen, ist die Voraussetzung. Ziel ist es, dabei einen möglichst geringen Total Cost of Ownership (TCO) für die Kunden zu erreichen – also die Kosten des Betriebes von Investitionsgütern einschliesslich Verbrauchsmaterialien. Wir haben die Treiber der Kosten identifiziert und eliminiert oder reduziert und auf die Ausbringungsmenge umgelegt. Dadurch erhalten wir besonders kompetitive TCO-Werte für die Branche.

Sie haben kürzlich die neue Etiketten-Druckmaschine *Gallus One* vorgestellt. Ist das ein erstes Ergebnis dieses holistischen Ansatzes?

Mit der *Gallus One* vollziehen wir den Technologiesprung von der reinen Druckmaschine zum Ökosystem. Dabei kommt uns zugute, dass der Etikettendruck aufgrund seiner individuellen Anforderungen schon immer ein Vorreiter der Digitalisierung war – mit ungefähr einer Dekade Vorsprung gegenüber anderen Bereichen der Druckindustrie. Der Etikettendruck ist ein Paradebeispiel für die Notwendigkeit zur Differenzierung. Schliesslich geht es ja darum, am Point of Sale den Wettlauf um Aufmerksamkeit zu gewinnen.

Wie sind Sie bei der Entwicklung der Gallus One vorgegangen?

Heidelberg und *Gallus* brauchten neben der *Gallus Labelfire* im Hochperformance-Segment auch eine Lösung für den breiten Markt des Etikettendrucks. Dafür haben wir unsere Kompetenzen gezielt gebündelt: Experten dreier Standorte arbeiteten an der *Gallus One*. Unsere neue Maschine vereint die Digitaldruck- und Softwarekompetenz von *Heidelberg* mit der langjährigen Expertise von *Gallus* im Etikettendruck. Die *Gallus One* ist die erste Lösung, die wir mithilfe eines neuen Baukastensystems zusammengestellt haben. Das Ergebnis sind nicht nur höchste Druckqualität und Effizienz – zum Beispiel beim Energieverbrauch – sondern auch ein hoher Grad an Automatisierung und Konnektivität. Gegenwärtig entwickeln wir aus diesem Baukasten heraus weitere Innovationen.

Sie sprachen gerade von einem ganzen Ökosystem. Was verstehen Sie darunter?

Neben dem technischen Ökosystem der *Gallus One*, also dem Zusammenspiel aus Druckkopf, Tinte und Bahnlauf, gehören insbesondere die umgebende Software, die Programmierschnittstellen sowie die Daten- und Cloud-Anbindungen dazu. Hier haben wir Synergien mit *Heidelberg*, weil wir die *Gallus One* mit dem Workflow *Prinect* vernetzen. Auch können wir *Prinect* mit bereits vorhandenen Softwarelösungen beim Kunden verbinden.

Welche Vorteile hat der Kunde davon?

Die Konnektivität erhöht die Effizienz und senkt die Kosten, kommt aber auch neuen Anforderungen wie beispielsweise einer Steuerung aus der Ferne durch die Dezentralisierung der Wertschöpfungskette entgegen. Es geht aber noch um viel mehr: Vernetzte Maschinenparks lassen sich vorausschauend warten.

Stichwort Predictive Maintenance. Können Sie das kurz erläutern?

Wir stellen unseren Kunden Algorithmen zur Verfügung, die die Daten bestimmter Sensoren – beispielsweise den Druck in einer Tintenpumpe – im Maschinenpark auswerten. Mit der folgenden punktgenauen Wartung vermeiden wir ungeplante und teure Still-



Seit Dezember 2022 ist Dario Urbinati CEO von Gallus in St. Gallen. Urbinati bringt umfangreiche Führungserfahrung aus der globalen Etiketten- und Verpackungsindustrie mit. Schon bei einer ersten Tätigkeit im Schweizer Traditionsunternehmen (2007 bis 2016) zuletzt als Managing Director für Gallus South East Asia – setzte er wichtige Wachstumsimpulse. Es folgten Stationen bei OMET China und bei der Actega Metal Print GmbH in Deutschland als Chief Sales & Marketing Officer.

stände während der Produktion. Minimierte Störgrößen im Produktionsablauf verstetigen den Produktionsoutput unserer Kunden und können überdies unser Serviceteam zielgerichtet planen und auslasten.

Welche Entwicklungen erwarten Sie für den Etikettendruck der Zukunft?

Laut Prognose soll das weltweite Druckvolumen des Etikettendrucks von 28 Mrd. Euro im Jahr 2021 um durchschnittlich 3,5 Prozent pro Jahr auf 34 Mrd. Euro im Jahr 2027 expandieren. Dabei gibt es eine klare Tendenz in Richtung digital.

Die *Gallus One* ist das erste sichtbare Produkt aus unserem aktuellen Innovationszyklus, das den digitalen Etikettendruck in die Breite des Marktes bringt. Wir haben gerade das *Gallus Experience Center* in St. Gallen fertiggestellt. Es ist der Touchpoint der globalen Schmalbahnindustrie, in dem wir unsere Technologieansätze und Produkte erlebbar machen. Mit seiner hundertjährigen Tradition stellt sich *Gallus* zusammen mit *Heidelberg* den Herausforderungen der nächsten hundert Jahre.

Herr Urbinati, Danke für das Gespräch!

