

Das neue Durst Headquarter hat das Potenzial ein Wahrzeichen für den Industriestandort Brixen zu werden. Die Pixelfassade steht sinnbildlich für das Geschäft des Unternehmens. Denn Durst ist im digitalen Druck tätig.



# DURST MIT INNOVATIONEN PUNKTEN

Das neue Headquarter der *Durst-Group* in Brixen soll den Wendepunkt der Transformation hin zum integrierten Prozessdienstleister symbolisieren. Klingt schon ziemlich ambitioniert. Wir haben den *Durst-CEO* CHRISTOPH GAMPER getroffen und mit ihm über das wachsende Ökosystem von *Durst* gesprochen.

Von Knud Wassermann

Bereits beim Betreten des futuristisch anmutenden Gebäudes in Brixen wird deutlich, dass *Durst* für das neue Headquarter ein Ambiente geschaffen hat, das für eine offene und nach vorn gerichtete Unternehmenskultur steht, mit der die digitale Transformation weiter vorangetrieben werden soll. So ist der Gedanke des integrierten Konzeptes auch in die Gebäudearchitektur eingeflossen, die den neuen Verwaltungstrakt mit den bestehenden Produktionshallen verbindet. Für seine Kunden hat *Durst* auf über 5.700 m<sup>2</sup> ein neues Customer Experience Center eingerichtet. Mit dem Neubau wurde auch das Bekenntnis zur Nachhaltigkeit noch stärker in den Fokus gerückt – Ladestationen und E-Autos auf dem Parkplatz zeigen das Umwelt-Engagement. Mit mehreren Photovoltaikanlagen und Wärmetauschern soll eine weitgehende Klimaneutralität des Gebäudes erzielt werden.

## Vom Pixel zum Output

Heute reiche es nicht mehr aus, nur Druckmaschinen zu verkaufen, versichert *Durst-CEO* CHRISTOPH GAMPER: »Wir haben in den letzten Jahren unter dem Motto »vom Pixel zum Output« ein Ökosystem entwickelt, das von Large-Format-Druckern über Soft- und Hardware bis hin zu E-Commerce-

Portalen und Finishing-Modulen reicht, um den Kunden End-to-End-Lösungen zu liefern.«

CHRISTOPH GAMPER hat vor sieben Jahren die Position als CEO bei der *Durst-Group* übernommen und hält mittlerweile auch eine Minderheitsbeteiligung am Unternehmen. GAMPER war längere Zeit beruflich in den USA und Asien unterwegs. »New York war meine absolute Lieblingsstadt.« Das hat sich mittlerweile relativiert – er kann sich keinen besseren Platz zum Leben und Arbeiten vorstellen als Südtirol, versichert er und genießt dabei den Blick aus seinem Büro auf die imposante Bergwelt ringsum.

## Innovationskraft hochhalten

Geprägt von seinen Auslandsaufenthalten hat GAMPER behutsam eine neue Unternehmenskultur eingeführt. Die in Zentraleuropa noch immer übliche Formalität hat er durch eine gewisse amerikanische Lockerheit ersetzt – allerdings ohne die eigenen Wurzeln zu vergessen.

Dementsprechend wurde in der Brixener Zentrale viel Raum für spontane Begegnungen geschaffen und der absolute Hotspot für den informellen Gedankenaustausch ist die Cafeteria. Mit dem *Durst-Campus* wurde zudem eine Event-Plattform geschaffen, die auch für externe Veranstaltungen offen ist. »Mir ist es extrem wichtig, dass sich unsere Mitarbeiter



Christoph Gamper ist seit sieben Jahren CEO bei der *Durst-Group* und hält mittlerweile auch eine Minderheitsbeteiligung am Unternehmen.

wohl fühlen. Nur so gelingt es uns, die besten Mitarbeiter zu gewinnen und sie langfristig an uns zu binden«, sagt GAMPER. Auf der Homepage von *Durst* sind wir noch über einen Satz gestolpert: »Südtiroler sind prädestiniert für Innovation.« Darauf

angesprochen führt GAMPER aus, dass die Menschen in Regionen wie etwa Südtirol, in denen Ressourcen knapp seien, sorgsamer damit umgehen. »Das hat sich in der DNA der Südtiroler verankert.

>



Das neue Durst Headquarter in Brixen ist auch eine Einladung an die internationalen Kunden. Jährlich ist Durst zwar auf bis zu 20 Messen weltweit vertreten. Messen (mit Ausnahme einiger großer internationaler Veranstaltungen) verlieren aber an Bedeutung. Deshalb will Durst seine Kunden in sein Customer Experience Center nach Brixen holen.



Das Festhalten und konsequente Verfolgen unserer Ideen hilft uns, die Innovationskraft hochzuhalten.«

Heute trudeln in Brixen pro Jahr etwa 100 Blindbewerbungen ein und auch der Standort Lienz in Osttirol erhält eine ähnlich hohe Zahl an Bewerbungen. Ein Beweis, dass *Durst* zu den attraktivsten Arbeitgebern in den jeweiligen Regionen zählt. Bei all der gelebten Offenheit und den flachen Entscheidungsstrukturen stellt sich dennoch die Frage, warum ein sechsstöckiger Turm errichtet wurde, der eigentlich genau das Gegenteil vermittelt – nämlich hierarchische Strukturen. Auch darauf hat *GAMPER* eine Antwort: »Es gibt im Geschäftsleben immer wieder Situationen, in denen man sich in den sprichwörtlichen Elfenbeinturm zurückziehen muss, um die richtigen Entscheidungen zu treffen.«

### Zwang zur Digitalisierung

Der Wettbewerb im Large-Format-Business hat nach Einschätzung von *CHRISTOPH GAMPER* in den vergangenen Jahren deutlich zugenommen und die unmittelbaren Wettbewerber hätten sich unter anderem durch Zukäufe gestärkt. Diese Situation zwingt *Durst* dazu, die Digitalisierung noch stärker voranzutreiben, um effizienter zu arbeiten und die Wettbewerbsfähigkeit aufrecht zu erhalten oder auszubauen.

Auf diesem Gebiet habe *Durst* in den letzten Jahren einiges auf den Weg gebracht, betont *GAMPER*. Das betreffe einerseits die eigenen Produktion, in der sich schon längst Roboter breit gemacht haben, und andererseits die gesamte Lieferkette, die weitestgehend digitalisiert sei. Das Unternehmen erwirtschaftet aktuell einen weltweiten Umsatz von etwa 250 Millionen Euro. Über 8% davon gehen jährlich in die Forschung und Entwicklung. Und obwohl das Kerngeschäft

### DIE DURST-GROUP

Die *Durst-Group* kann auf eine 80-jährige Geschichte zurückblicken und ist eng mit der Unternehmerfamilie *OBERRAUCH* verbunden. Das Unternehmen beschäftigt 700 Mitarbeiter weltweit, unterhält 20 lokale Niederlassungen und erzielte 2018 einen Umsatz von rund 250 Millionen Euro. Durchschnittlich werden pro Jahr 265 High-End-Drucksysteme ausgeliefert. Die installierte Basis liegt bei rund 4.000 Systemen, die mit einem Verbrauch von über eine Million Liter Tinte pro Jahr einen ordentlichen Durst entwickeln. Das Schwesterunternehmen *Alupress AG* und die *Durst Photo-technik AG* gehören zur *Technicon AG Holding*.

von *Durst* nach wie vor das klassische Large-Format-Printing ist, rechnet sich *CHRISTOPH GAMPER* Wachstumschancen in Marktsegmenten wie Soft Signage und im Textildruck bei der Produktion von Deko-Heimtextilien und Bekleidungsstoffen aus. Hier habe *Durst* inzwischen bereits etwa 60 Industriemaschinen mit den dazu passenden Tinten im Markt installiert.

### P5-Plattform erweitert

Wobei die Entwicklung im Large-Format-Bereich auch nicht stehen geblieben ist. Anfang 2018 hat *Durst* mit Pauken und Trompeten die *P5-Drucksysteme* als Hybridlösung für den Druck auf starren und flexiblen Materialien vorgestellt. *P5* steht unter anderem für eine Tröpfchengröße von 5 pl (Picoliter). Genau damit hatte *Durst* in der Anfangsphase noch etwas zu kämpfen, um dauerhaft eine konstante Druckqualität zu garantieren. Das gibt der CEO auch ganz offen zu: »In der Entwicklungsphase haben wir uns für eine relativ neue Druckkopfgeneration entschieden. Die hat uns dann bei der Integration und Abstimmung in die *P5-Plattform* länger beschäftigt, als gedacht. Aber wenn man auf neue Technologien setzt, geht man eben ein gewisses Risiko ein.« Mittlerweile habe man die Ansteuerung der Druckköpfe aber im Griff und auf der *Fespa*

2019 wurde die Produktpalette mit dem *P5 350* und *P5 210* erweitert. Mit der High-Speed-Variante erreicht *Durst* nunmehr Produktionsgeschwindigkeiten von bis zu 600 m<sup>2</sup>/Std.

### Keramik mit 3D-Strukturen bedrucken

Im Bereich Label und Packaging hat *Durst* mit der *Tau RSC-Plattform* im Single-Pass-Verfahren bereits mehr als 250 Anlagen installiert und sieht sich als Marktführer im UV-Labeldruck. Weitere Innovationen und ein aktualisiertes *Tau-RSC-Sortiment* wurden auf der *Labelexpo 2019* in Brüssel präsentiert. Zudem ist *Durst* seit Jahren einer der großen Akteure im Keramik-Markt, der heute weitgehend gesättigt ist. Mit 1.000 Systemen hat *Durst* dazu einen erheblichen Betrag geleistet und sieht sich auch in diesem Segment als Marktführer.

»In diesem Markt lässt sich nur mit Innovationen punkten und die haben wir mit der *Full-Digital-Glazing-Technologie* im Portfolio«, erläutert *GAMPER*. Zwei Linien mit dieser speziellen Technik zur Verglasung stehen bereits bei Anwendern im Einsatz und die Markteinführung soll in Kürze erfolgen. In dieses Projekt habe *Durst* 15 Millionen Euro investiert und eine eigene Druckkopftechnologie aus der Taufe gehoben. Damit soll es möglich

sein, hochviskose Keramikglasuren auf Wasserbasis mit Partikelgrößen über 45 µ zu verarbeiten. »Wir können mit dem Druckkopf 3D-Strukturen erzeugen, was unseren Kunden vollkommen neue Möglichkeiten eröffnet«, führt GAMPER aus. Das Feedback am Markt sei sensationell.

Ob man diese Technologie auch in anderen Bereichen sehen werde, beantwortet er nicht mit einem eindeutigen Ja. »Mit etwas Fantasie kann man sich jedoch ausrechnen, in welchen Segmenten der Druck von 3D-Strukturen sinnvoll wäre.« Also spekulieren wir einmal: Etwa bei der Dekoration von starren Materialien wie Glas, Holz, Metall und so weiter wäre es zumindest denkbar.

#### Joint Venture für die Verpackung

Ein Segment, das zurzeit erst von der Digitalisierung erfasst wird, ist die Verpackung. Das Thema Wellpappe hat *Durst* bereits aus eigener Kraft gestemmt und kann auf einige Installationen verweisen – so etwa bei der *Schumacher*-Gruppe in Deutschland oder bei *Rondo Ganahl* in Österreich. Wobei Verpackungen ein weites Feld sind, das nicht so leicht alleine bestellt werden kann – vor allem, wenn man an den digitalen Faltschachteldruck denkt.

Insofern war CHRISTOPH GAMPER nicht unglücklich, als *Koenig & Bauer* das Gespräch mit *Durst* suchte, um gemeinsam Produkte

für den digitalen Verpackungsdruck auf die Schiene zu bringen. *Koenig & Bauer* hatte gemeinsam mit *Xerox* auf der *drupa 2016* eine Lösung für den digitalen Faltschachteldruck angekündigt – allerdings waren die Bemühungen nicht von Erfolg gekrönt und der Druckmaschinenhersteller suchte nach einer Alternative. »Ich habe mich mit CLAUDIUS BOLZA-SCHÜNEMANN, dem CEO von *Koenig & Bauer*, getroffen und wir haben rasch erkannt, dass uns als Familienbetriebe die gleichen Werte verbinden und damit die Basis für eine vielversprechende Zusammenarbeit besteht.«

Im April dieses Jahres wurde ein 50/50-Joint-Venture unterzeichnet und damit der Weg für die gemeinsame Entwicklung und Vermarktung von Single-Pass-Digitaldruckanlagen für die Faltschachtel- und Wellpappenindustrie besiegelt. Die Geschäftsführung hat mittlerweile ROBERT STABLER, ein Ex-*Xerox*-Manager, übernommen. Aus der Sicht von GAMPER ist er der ideale Man für die Anfangsphase des Joint-Ventures.

Das Portfolio umfasst im ersten Schritt die *Koenig & Bauer CorruJet 170* und die *Durst SPC 130* inklusive aller Serviceleistungen und das Tintengeschäft sowie die Entwicklung der *VariJet 106*. Für den Wellpappenmarkt gibt es bereits ein attraktives Portfolio. Derzeit arbeitet *Durst* mit Hochdruck an der Druck-Engine für

die Faltschachtelmaschine *VariJet*. *Koenig & Bauer* kümmert sich um die Integration der Engine in die Druckmaschine, den An- und Ausleger, den gesamten Papiertransport und die Veredelungsaggregate. »Die Spezifikationen sind klar. Wir liegen voll im Plan und werden noch vor der *drupa* in den Betatest gehen«, betont GAMPER ZUVERSICHTLICH.

#### Software: der Schlüssel zu Industrie 4.0

Bereits vor vier Jahren hat *Durst* in Lienz eine eigene Software-schmiede gegründet. Unter der Federführung von HANS PETER SCHNEEBERGER ist ein kompletter Workflow entstanden, der alle Aspekte einer digitalen Produktion abdeckt.

Durch die Übernahme von *Color Alliance* wurde eine Web-to-Print-Lösung mit eigenem Online-Editor ins Portfolio geholt. Ein Editor sei gerade für die Bereiche Verpackung, Interior-Design und Heimtextilien sehr wichtig, um Produkte in Zukunft optimal verkaufen zu können, erklärt CHRISTOPH GAMPER.

Was jetzt noch für einen integrierten Workflow fehlt, ist ein ERP-System. Auch hier hat *Durst* (gemeinsam mit einem US-amerikanischen Kunden) die Entwicklung eines eigenen Systems angestoßen. Zurzeit konzentrierte man sich mit dem Vertrieb des *LiftERP* auf die USA und konnte bereits erste Kunden gewinnen. Wann

man das System international vermarkten werde, sei noch unklar. »Wir haben eine leistungsfähige Datenbank geschaffen und können das System mit sehr geringem Aufwand an die Anforderungen der Kunden anpassen«, sagt GAMPER.

#### Und was kommt zur drupa?

Das Thema Verpackung wird eine zentrale Rolle spielen und auf dem Stand des Joint-Venture mit *Koenig & Bauer* präsentiert. Der spezifische Workflow werde noch feinjustiert und auf die Anforderungen der Verpackungsproduktion abgestimmt. Aber auch bei den Tinten hat sich *Durst* einiges vorgenommen. »Auf der *drupa* werden wir eine 100-prozentige wasserbasierende Tinten für den Single-Pass-Betrieb präsentieren und für Etiketten kommen wir mit einer migrationsarmen Tinte nach Düsseldorf – aber das ist noch lange nicht alles.«

Bei *Durst* denkt man in Siebenjahresplänen. Bis dahin will man den Umsatz auf 500 Millionen Euro verdoppelt haben. Diese Umsatzsteigerung sei notwendig, um eine relevante Größe am Markt darzustellen und die eigenständige Entwicklung fortschreiben zu können, versichert CHRISTOPH GAMPER abschließend.

> [www.durst-group.com](http://www.durst-group.com)



Die Zukunft ist vernetzt.