KONIG & BAUER DURST VARIJET 106

BESONDERE *Stärken, wenn es* komplex wird

Ende April begrüßte *Koenig & Bauer Durst* mehr als 80 Experten zu einem Executive Summit, der ganz im Zeichen des hybriden Faltschachteldrucksystems *VariJet 106* stand. Am Rande der Veranstaltung in Radebeul hatten wir Gelegenheit zu einem Gespräch jenseits der Technik mit Markus Weiss, CEO *Koenig & Bauer Paper & Packaging Sheetfed Systems.*

Von Klaus-Peter Nicolay

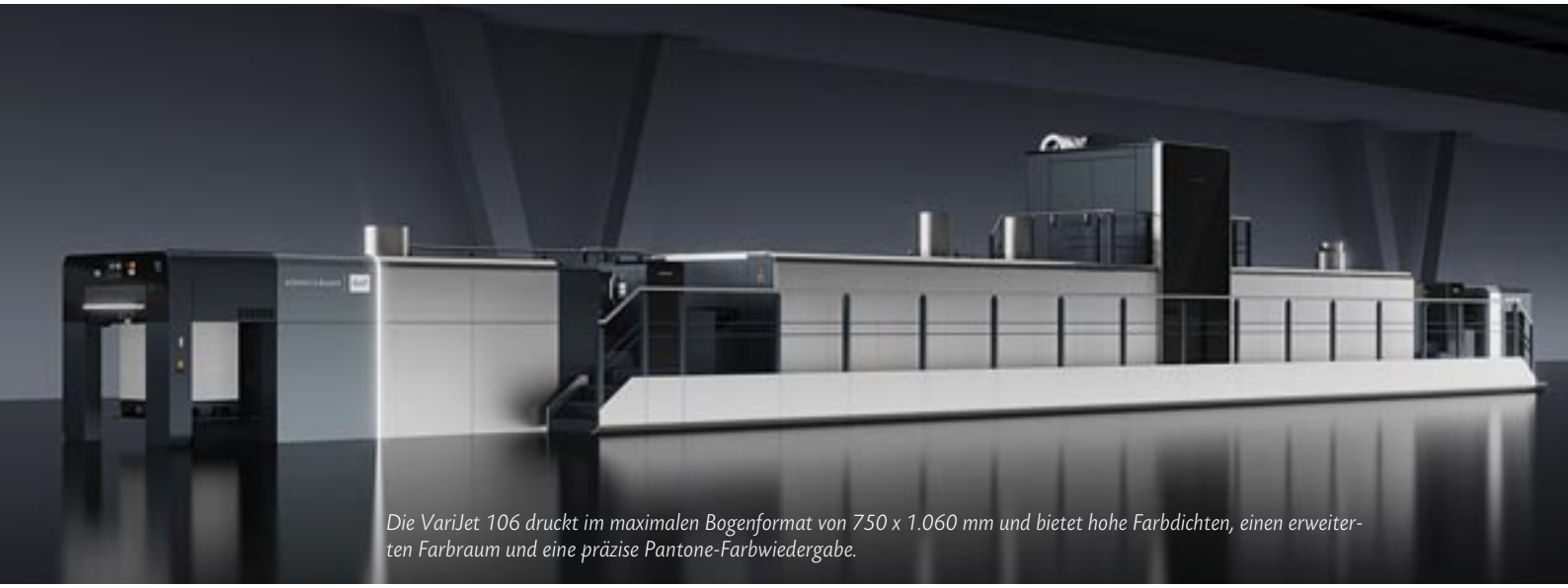
Über den Event in Radebeul hatten wir bereits in Heft 163 berichtet.

Druckmarkt: Herr Weiß: Welche Erkenntnisse hat Koenig & Bauer im Rahmen der Beta-Tests bei Amcor und Schelling gewonnen?
Markus Weiss: Unsere wichtigste Erkenntnis ist, dass die *VariJet 106* das Potenzial besitzt, die Strukturen im gesamten Drucksaal nachhaltig zu optimieren und signifikante Kosten einzusparen. Das Besondere dabei ist, dass sie die Effizienzgewinne mit einer Qualität kombiniert, die unsere Kunden vom klassischen Offsetdruck gewohnt sind.



Ab wann rechnet sich die VariJet 106?
Das lässt sich nicht pauschal beantworten, da es letztlich ganz individuell vom jeweiligen Geschäftsmodell abhängt. Im Durchschnitt liegt dieser Crossover-Punkt – also die kritische Auflage, ab der sich das Verfahren wirtschaftlich rechnet – bei bis zu 6.000 Bogen je Job.
Wir haben während der Beta-Tests jedoch die hochinteressante Erfahrung gemacht, dass auch größere Aufträge – von mehr als 20.000 Bogen pro Job – sehr erfolgreich auf der *VariJet 106* produziert werden. Stärken hat sie auch dann, wenn es komplex wird. Das ist beispielsweise dann der Fall, wenn variable Daten, Codierungen oder eine Vielzahl von Sonderfarben auf einen Bogen gebracht werden sollen. Bei komplexen Aufträgen, die im klassischen Offsetdruck prozessbedingt einen erhöhten Einrichteaufwand erfordern würden, bietet der Digitaldruck die perfekte Ergänzung. Dadurch entlasten wir die Offsetlinien, die ihre Wirtschaftlichkeit und Leistungsstärke dann bei den auflagenstarken Jobs ausspielen können.

Was braucht es neben der VariJet 106 noch, um erfolgreich in die digitale Faltschachtelproduktion einzusteigen?
Die Maschine allein ist nur das Werkzeug – der Erfolg entscheidet sich im Gesamtkonzept. Aus unserer Sicht und Erfahrung sind vor allem fünf Faktoren entscheidend:



Die VariJet 106 druckt im maximalen Bogenformat von 750 x 1.060 mm und bietet hohe Farbdichten, einen erweiterten Farbraum und eine präzise Pantone-Farbwiedergabe.

• Die passende Auftragsstruktur: Es braucht die richtige Job-Struktur im Unternehmen, um von vornherein eine solide Basis für die optimale Auslastung der *VariJet 106* zu schaffen.
• Ein neues Mindset: Es braucht die Offenheit, Produktionsprozesse neu und flexibel zu denken, um die wirtschaftlichen und kreativen Freiräume des Digitaldrucks auszuschöpfen.
• Initiative und Begeisterung im Vertrieb: Es benötigt Eigeninitiative und echte Begeisterung, um Brands aktiv an diese neuen technologischen Möglichkeiten heranzuführen und ihnen den Zusatznutzen des Digitaldrucks aufzuzeigen. Das Fundament dafür ist eine starke, vertrauensvolle Kundenbeziehung.
• Ganzheitliche Integration: Es darf keine künstliche Trennung zwischen konventioneller und digitaler Faltschachtelproduktion geben. Erfolgreich ist, wer erkennt, dass sich beide Technologien perfekt ergänzen.
• Der richtige Partner: Mit *Koenig & Bauer* und *Koenig & Bauer Durst* haben Sie starke Partner an der Seite. Partner, die bei allen strategischen und technischen Themen rund um die *VariJet 106* vollumfänglich unterstützen und beraten.

Könnte durch die hohe Pantone-Abdeckung der VariJet 106 durch den Einsatz von sieben Farben das Thema Sonderfarben im Verpackungsdruck an Bedeutung verlieren?

Darauf gibt es eine zweigeteilte Antwort: Ja und Nein. Ja, weil wir durch den Digitaldruck nicht mehr in klassischen Sonderfarben denken müssen. Die damit verbundenen höheren Kosten und Rüstzeiten, die je nach Anzahl der Sonderfarben im Offset nötig sind, fallen hier einfach weg.
Nein, weil Sonderfarben für die Brands aus unserer Sicht auch weiterhin hochrelevant bleiben, um ihre Markenidentität unverwechselbar nach außen zu repräsentieren. Der Unterschied liegt künftig also nicht im Ob, sondern im Wie der Produktion.

Was haben sie persönlich aus den Gesprächen mit den Besucherinnen und Besuchern der Veranstaltung mitgenommen?

Für mich persönlich war es die wertvolle Bestätigung, dass wir mit diesem Produkt und unserer Strategie absolut auf dem richtigen Weg sind. Im Markt herrscht ein unübersehbarer Konsens bei den Themen, für die der Digitaldruck die maßgeschneiderte Lösung liefert. Dazu gehören der enorm hohe Kostendruck – insbesondere bei kleineren und mittleren Auflagen –, der generelle Trend zu schrumpfenden Losgrößen sowie die steigenden Anforderungen der Markenartikler, beispielsweise nach einer stärkeren Versionierung von Verpackungen.

Die VariJet 106 überzeugt im Packaging auf ganzer Linie. Ist es eigentlich vorstellbar, dass es in Zukunft auch eine Version für den Akzidenzdruck geben?

Wenn wir in diesem Segment ein tragfähiges Geschäftsmodell erkennen, werden wir eine solche Erweiterung unseres Portfolios sicher ernsthaft in Erwägung ziehen. Zum jetzigen Zeitpunkt ist es dafür allerdings noch zu früh.

Herr Weiß, vielen Dank für das Gespräch.