

KOENIG & BAUER



we're on it.

KOENIG & BAUER

marzec 2024

32

Aktualności



drupa

no. 1 for printing
technologies

26 maj - 7 czerwiec 2024 Düsseldorf



Koenig & Bauer - hala 16 - zapraszamy

we're on it.

Wstęp

Słowo wstępne 2

Koenig & Bauer na targach drupa
- hala 16 - zapraszamy 3

Druk to terażniejszość.
Druk to przyszłość. 4

Grupa Akomex: dynamiczny rozwój
na rynkach opakowań spożywczych
i farmaceutycznych. 6

Wszechstronność druku cyfrowego
oraz technologii CI Flexo
podczas Technology Days
firmy Koenig & Bauer 9

Dlaczego druk cyfrowy jest popularny
wśród innowacyjnych marek?. . . 11

Szanowni Państwo.

Od ostatniej drupy w 2016 r. w formule live upłynęła już prawie dekada. Mam nadzieję, że przyznacie mi Państwo rację, iż czas najwyższy spotkać się w Düsseldorfie ponownie i podczas bardziej lub mniej formalnych rozmów wymienić się doświadczeniami ostatnich lat i opiniami w jakim kierunku podążać będzie nasza branża.

Konkurencja i pokazywanie nowych trendów rynkowych napędza rozwój technologii, sprawia, że poligrafia jest tak obszernym i ciekawym obszarem produkcji a na koniec pozwala drukarniom rozwijać się w szybki i urozmaicony sposób. Wasza kreatywność powoduje, że my dostawcy musimy stale obserwować trendy i coraz szybciej dostosowywać oferowane urządzenia do Waszych potrzeb i wymagań.

Wielokrotnie w ostatnich miesiącach byliśmy pytani czy targi się odbędą? Kto z wystawców potwierdził swoją obecność? Czy jest szansa, aby targi jakie znamy z przed pandemii mogły odbyć się ponownie? Dziś możemy oficjalnie zaprosić na stoisko Koenig & Bauer w hali nr 16 gdzie na podobnej powierzchni jak w 2016 roku zaprezentujemy najnowsze rozwiązania, nad którymi konstruktorzy i programiści pracowali przez ostatnie lata. Cały zespół firmy Koenig & Bauer CEE będzie czekał na Was na naszym stoisku i już cieszymy się na nadchodzące spotkania.

W dalszej części Aktualności przeczytacie Państwo między innymi wywiad z Andreasem Pleßke – prezesem zarządu Koenig & Bauer AG, który jednocześnie pełni rolę przewodniczącego komitetu targów drupa.

W dalszej części prezentujemy wywiad z prezesem zarządu Grupy Akomex Panem Grzegorzem Łajca, który podzielił się swoją opinią na temat sytuacji rynkowej, wyzwań oraz sukcesów, do których mamy nadzieję firma Koenig & Bauer w pewnym stopniu się przyczyniła.



Do zakładów produkcyjnych w Wuerzburgu przeniesiono produkcję maszyn Koenig Bauer CI Flexo. Te wysokowydajne maszyny z centralnym cylindrem dociskowym do druku fleksograficznego stanowią już znaczący udział w produkcji zakładu znanego wcześniej z produkcji maszyn do gazetowego i komercyjnego druku zwojowego. Tam również produkowana jest jedna z najbardziej wydajnych maszyn cyfrowych Rota-Jet znajdująca klientów w obszarach opakowań, dekor jak i akcydensu. O wszystkich tych produktach przeczytacie Państwo w relacji z eventu Digital & Webfed Technology Days zorganizowanego w styczniu bieżącego roku.

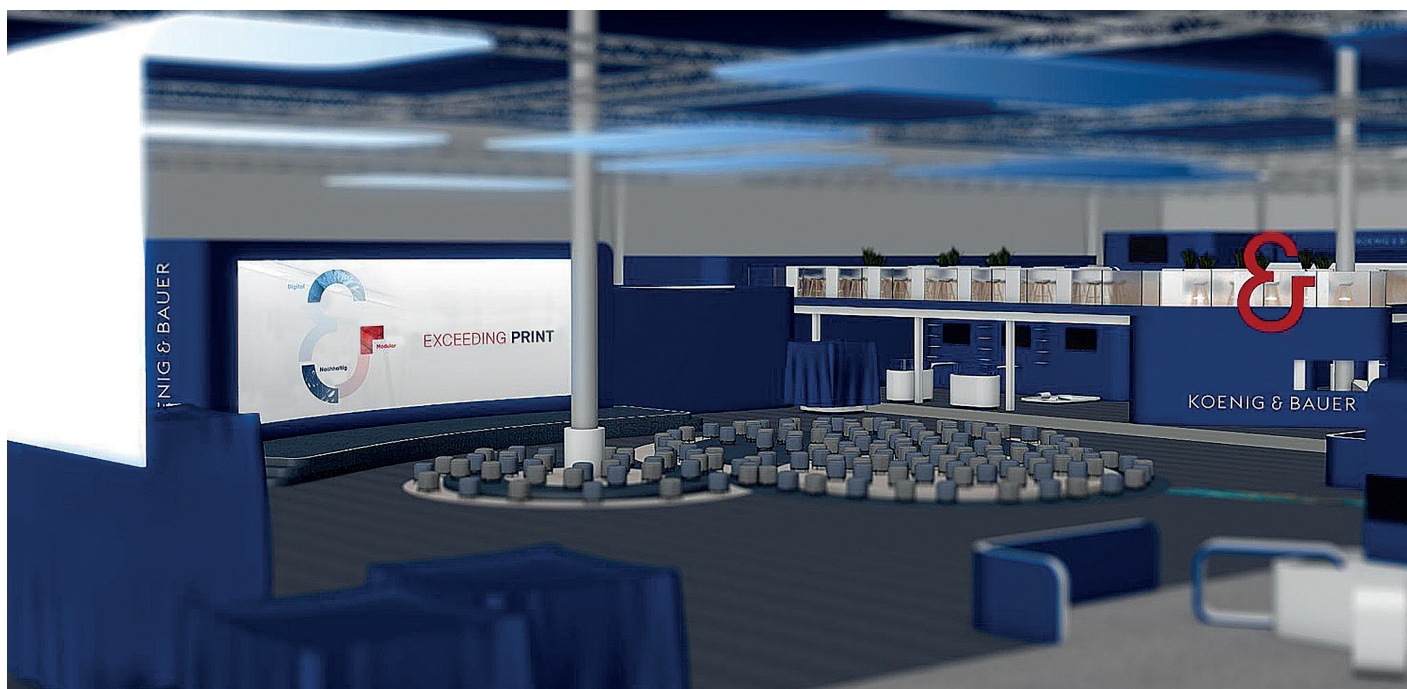
W jaki sposób zadrukować na tekturze falistej 226 zleceń / 1,35 mln m² w 28 dni? Zapraszamy na dni otwarte do firmy Koenig & Bauer Durst w marcu 2024. O zastosowaniu maszyny Delta SPC 130 w praktyce przeczytacie też Państwo na stronie 11 biuletynu.

Proszę o kontakt z Managerami sprzedaży Koenig & Bauer CEE w celu potwierdzenia Waszego udziału w targach drupa, tak abyśmy mogli spotkać się podczas tych największych branżowych targów poligraficznych.

Życzę zdrowia i sukcesów.

Grzegorz Szymczykowski
Director Sales & Customer Care (PL)

Koenig & Bauer (CEE) Sp. z o.o.
Taneczna 18
02-884 Warszawa
pl.koenig-bauer.com



Koenig & Bauer na targach drupa - hala 16 - zapraszamy

Za trzy miesiące nadejdzie ten moment: targi drupa otworzą swoje podwoje dla przemysłu poligraficznego, papierniczego i opakowaniowego.

Liczba ludności na świecie będzie nadal rosnąć. Jest to nadzwyczaj silny trend o kluczowym znaczeniu. Wynika to z faktu, że liczba osób należących do klasy średniej rośnie stale i znacząco. Grupa ta ma wyższe dochody i będzie kupować lub zamawiać więcej towarów pakowanych. W rezultacie rośnie zapotrzebowanie na coraz bardziej zindywidualizowane i zróżnicowane opakowania wysokiej jakości. Dziś i w przyszłości druk będzie zrównoważony, cyfrowy i modułowy - dla większej elastyczności, opłacalności i wydajności - w skrócie: więcej możliwości.

Na targach drupa będzie można przyjrzeć się kompletnemu procesowi produkcyjnemu związanemu z opakowaniem - w formie codziennych pokazów na żywo na stoisku firmy Koenig & Bauer. Goście będą mieli okazję zobaczyć z bliska najnowsze innowacje w zakresie cyfryzacji i modularyzacji - na przykład, gdy dane maszyny są udostępniane za pośrednictwem chmury w czasie rzeczywistym lub sztuczna inteligencja oparta na danych z czujników, maszyn i zamówień dodatkowo zwiększa produktywność naszych maszyn.

W punkcie poświęconym opakowaniom pokażemy, w jaki sposób opakowania podbijają metawersum, a w punkcie poświęconym zrównoważonemu rozwojowi zaprezentujemy między innymi system zarządzania energią służący do zmniejszania i optymalizacji zapotrzebowania na energię w bieżącej produkcji.

Firma Koenig & Bauer dysponuje odpowiednimi rozwiązaniami. Nasze technologie druku, od druku offsetowego, poprzez druk cyfrowy i fleksograficzny aż po druk specjalny, mogą być stosowane w przypadku prawie wszystkich podłoży drukowych.

Stwarza to więcej możliwości oferowania klientom najlepszych dostępnych rozwiązań.

“ Stay ahead of the wave ” – zapraszamy do odwiedzenia naszego stoiska w hali 16.

Druk to teraźniejszość. Druk to przyszłość.



W okresie poprzedzającym targi drupa spotkanie najważniejszych ekspertów branży poligraficznej po raz kolejny przyciągnęły wielu odwiedzających. Znaczący udział: Dr Andreas Pleßke w podwójnej roli przewodniczącego komitetu targów drupa i prezesa zarządu Koenig & Bauer.

To stały punkt w branży poligraficznej: drupa, największe i najważniejsze targi branży poligraficznej na świecie, rzucając swój cień z dużym wyprzedzeniem – odnosi się to także do ważnego

wydarzenia branżowego Print Promotion Industry Summit. Sześć miesięcy przed targami drupa goście mieli okazję zapoznać się z ekscytującymi prezentacjami firm członkowskich i wiodących producentów maszyn. Skupiono się na potencjale nowoczesnych procesów druku i obróbki po druku, a także na rozwiązaniach nowoczesnej technologii druku, papieru i opakowań.

Pod koniec 2023 r. zaplanowano łącznie siedem wydarzeń w Azji (Bangkok, Dżakarta, Ho Chi Minh City, Hanoi) i

Ameryce Południowej (Bogota, Meksyk, Sao Paulo). Firma Koenig & Bauer odegrała w nich kluczową rolę, ponieważ prezes zarządu, dr Andreas Pleßke, nie tylko zaprezentował kompleksowe portfolio produktów i usług firmy, ale także jako przewodniczący komitetu targów drupa mówił na temat wyzwań naszych czasów. Szczyt skupił się na trzech interaktywnych panelach dotyczących kluczowych tematów zrównoważonego rozwoju, cyfryzacji i europejskich technologii.

KOENIG & BAUER

Dr Pleßke, jak odebrał Pan to spotkanie na szczycie? Jaki był nastrój na sześć miesięcy przed targami drupa?

Dr. Andreas Pleßke: Doskonale, gdybym miał to podsumować jednym słowem. Było niezwykle widoczne, jak bardzo wszyscy nie mogą się doczekać targów drupa - zwłaszcza tego, że ponownie odbędą się one w Düsseldorfie w formule live. Targi drupa bardzo się zmieniały - to już nie tylko prezentacja produktów, ale także technologii, a nawet więcej: prezentacja przyszłości. Zwłaszcza w obszarach krzyżowania się kompetencji (opakowania, zrównoważony rozwój i tekstylia) będzie to spojrzenie w przyszłość. Nawet jeśli nie dysponujemy kryształową kulą do przepowiadania przyszłości, istnieją wyraźne markery, które pozwalają nam przewidzieć trendy na rok 2040. Osobiście z niecierpliwością czekam na to i wiele więcej, a ciekawość rośnie z dnia na dzień u wszystkich zainteresowanych. Jako przewodniczący komitetu drupa oczekuję spektakularnych targów z niezliczonymi atrakcjami. Jako dyrektor generalny Koenig & Bauer nie mogę się doczekać zaprezentowania odwiedzającym naszych najnowszych, zaawansowanych technologicznie innowacji.

Sam szczyt Print Promotion Industry Summit można podsumować jako bardzo dynamiczne wydarzenie. Skupiono

się na wymianie doświadczeń między ekspertami i gośćmi. Zaowocowało to interesującymi spostrzeżeniami dla wszystkich stron.

Czy może Pan podać przykład takiej wymiany doświadczeń?

Dr. Andreas Pleßke: Dla mnie osobiście bardzo interesujące były dyskusje na temat tego, jak nasza praca będzie wyglądać jutro. Niedobór wykwalifikowanej siły roboczej jest problemem globalnym - stało się to jasne w różnych lokalizacjach. Czy to Dżakarta, czy Sao Paulo, Bangkok czy Bogota: wszędzie brakuje wykwalifikowanych pracowników. Następuje również zmiana w sposobie myślenia następnego pokolenia. Priorytety się przesuwają.

Jak można dziś zainteresować młodych ludzi branżą poligraficzną?

Dr. Andreas Pleßke: Wierzę, że solidne perspektywy na przyszłość są dziś cenniejsze niż kiedykolwiek. Opakowania i druk opakowań to stałe, na których może polegać każdy młody człowiek rozpoczynający pracę w zawodzie. Każdy, kto pracuje w branży, ma możliwość przekształcenia idei zrównoważonego rozwoju w rzeczywistość. Druk to przyszłość, a ci, którzy go wybierają, wybierają branżę przyszłości.

Obok zrównoważonego rozwoju, panele koncentrowały się również na cyfryzacji. Jakie spostrzeżenia można mieć w oparciu o nie?

Dr. Andreas Pleßke: Cyfryzacja jest jedną z głównych sił napędowych i już teraz wpływa na tak wiele obszarów, że nadszedł czas, kiedy nie można już dłużej odkładać decyzji. Aby kontynuować stabilną działalność za pięć do dziesięć lat, trzeba inwestować w cyfrową przyszłość. Nie chodzi tu o indywidualne rozwiązania, ale o szersze spojrzenie. Cyfryzacja musi zostać przeprowadzona na poziomie procesów, aby przyniosła owoce.

Czy cyfryzacja i zrównoważony rozwój będą nam również towarzyszyć na targach drupa?

Dr. Andreas Pleßke: Nie potrafię wymienić miejsca ani obszaru, w którym cyfryzacja i zrównoważony rozwój nie będą nam towarzyszyć. Więc tak - te tematy będą również przedmiotem naszych rozważań na targach drupa.



Grupa Akomex: dynamiczny rozwój na rynkach opako- wań spożywczych i farmaceutycznych



Gdy w 2021 roku w drukarni Akomex rozpoczęła pracę siedmiokolorowa maszyna Rapida 106-7+LTTL SPC ALV3 produkcji Koenig & Bauer, firma wkraczała w etap strategicznych zmian. Składająca się z trzech zakładów (Akomex w Starogardzie Gdańskim, Druk-Pak w Aleksandrowie Kujawskim i PlanoPack w Ikast w Danii) grupa przeszła

gruntowną reorganizację i integrację m.in. pod względem handlowym. Rok 2022 przyniósł tu także znaczące inwestycje sprzętowe m.in. w dwie kolejne, tym razem 6-kolorowe maszyny Rapida, również w formacie B1. Grupa Akomex, specjalizująca się od wielu lat w obsłudze klientów z segmentów spożywczego

i farmaceutycznego, zdywersyfikowała swoje portfolio w tym obszarze, oferując m.in. swoje własne rozwiązania opakowaniowe, uwzględniające rosnące oczekiwania klientów i konsumentów. O zmianach w firmie, jej obecnej sytuacji i planach na przyszłość, jak też pełnym wyzwaniach roku 2023 mówi Grzegorz Łajca – prezes zarządu.

KOENIG & BAUER

Kończący się rok był pełen wyzwań dla wielu przedsiębiorstw, także z branży poligraficznej i opakowaniowej. Na ile trudne otoczenie gospodarcze, m.in. galopująca inflacja, wpłynęło na działalność Grupy Akomex?

Grzegorz Łajca: Odczuliśmy to, podobnie jak chyba wszyscy przedsiębiorcy. Po rekordowym dla Grupy Akomex roku 2022, gdy zwiększyliśmy przychody o niemal 40%, 2023 rok zakończymy – biorąc pod uwagę wszystkie czynniki jakie nas otaczają – ze stabilnym wynikiem finansowym, aczkolwiek daleko nam do odnotowywanej wcześniej dynamiki wzrostu. Biorąc jednak pod uwagę całe otoczenie makroekonomiczne, możemy pozytywnie oceniać naszą sytuację i zrealizowane przychody. To efekt wcześniejszych, gruntownych zmian, jakie zaszły w naszej firmie – reorganizacji grupy (m.in. integracji i usystematyzowania działań handlowych), dywersyfikacji portfolio produktów i klientów (w kontekście obsługiwanych branż np. w ramach przemysłu spożywczego), a także inwestycji w sprzęt i oprogramowanie. Znaczące zwiększenie potencjału wytwórczego, dające przestrzeń na zupełnie nowe zlecenia i klientów, to m.in. rezultat ubiegłorocznego zakupu dwóch maszyn Koenig & Bauer Rapida 106 do naszych zakładów w Starogardzie Gdańskim i Aleksandrowie Kujawskim.

G.Ł.: Przede wszystkim warto nadmienić, że od pewnego czasu Grupa Akomex jest – ponownie – firmą ze 100% polskim kapitałem. W naszym kraju posiadamy dwa zakłady produkcyjne, bardzo dobrze wyposażone i dysponujące doświadczoną, wykwalifikowaną kadrą. Drukarnia Akomex w Starogardzie Gdańskim specjalizuje się w opakowaniach kartonowych dla branży spożywczej. Z kolei DrukPak, z siedzibą w Aleksandrowie Kujawskim, obsługuje klientów z przemysłu farmaceutycznego i kosmetycznego. Ich ofertę uzupełnia przejęta przez nas kilka lat temu duńska firma PlanoPack, wspierająca naszą działalność na rynku skandynawskim. Dwa polskie zakłady przynoszą nam większość przychodów, które mniej

więcej po połowie rozkładają się na dwie kluczowe branże: spożywczą i farmaceutyczną.

Akomex nie tylko drukuje i przetwarza opakowania spożywcze, ale proponuje klientom wartość dodaną m.in. w postaci własnych rozwiązań, takich jak tacki skin czy Nata Box.

G.Ł.: Zgadza się. Warto podkreślić, że – m.in. dzięki reorganizacji działu handlowego w Polsce i poza nią oraz staraniom zatrudnionych w nim osób – udało nam się znacząco rozszerzyć portfolio klientów o firmy spoza branży rybnej, która przez wiele lat dominowała w firmie Akomex. To także efekt wprowadzenia opracowanych we własnym zakresie rozwiązań opakowaniowych. Dzięki nim jesteśmy postrzegani nie tylko jako zakład usługowy oferujący najwyższej jakości produkt drukowany, ale jako partner biznesowy zapewniający profesjonalną, wszechstronną obsługę i doradztwo. To, zwłaszcza w kontekście obecnych trendów proekologicznych, bardzo ważny czynnik, gdyż nasze rozwiązania pomagają zoptymalizować procesy pakowania czy utylizacji zużytych opakowań. Np. wspomniana tacka skin składa się z kartonowego spodu i wierzchniej powłoki barierowej, na której znajduje się produkt spożywczy. Po zużyciu można je łatwo oddzielić od siebie i przekazać do recyklingu, realizowanego w dedykowanych strumieniach przemysłowych. Nata Box z kolei to nasza tegoroczna nowość, będąca odpowiedzią na tendencję do redukcji plastiku w opakowaniach spożywczych.

Jakość opakowań, drukowanych i przetwarzanych przez Akomex to m.in. efekt posiadania zaawansowanego parku sprzętowego – w obszarze drukowania bazuje on na maszynach Rapida firmy Koenig & Bauer. Pierwsza z nich trafiła do Starogardu Gdańskiego w 2021 roku z myślą o drukowaniu z rozszerzonym gamutem kolorystycznym, zgadza się?

G.Ł.: Tak, z myślą o tej inwestycji stworzyliśmy nawet markę Ako7Color, w

ramach której oferujemy klientom druk 7-kolorowy na wspomnianej maszynie Rapida. Tego typu prace stanowią obecnie ok. 30% jej całkowitej produkcji. Zastąpienie kolorów specjalnych na kolory z palety CMYKOGV przynosi realne korzyści: oszczędności czasowe, wyższą proekologiczność opakowania, stabilność i powtarzalność produkcji. Warto podkreślić, że do druku 7-kolorowego przymierzaliśmy się już wcześniej, ale udało nam się to zrealizować z sukcesem dopiero z maszyną Koenig & Bauer. Jej jakość, wysoka automatyzacja oraz wydajność w dużej mierze przyczyniły się do tego, że w ubiegłym roku zakontraktowaliśmy dwie kolejne maszyny tego producenta. Od końca 2022 roku w drukarni Akomex pracuje Rapida 106X-6+L SPC ALV2, w firmie DrukPak – Rapida 106-6+LTTL ALV3. Obie to zaawansowane maszyny pełnoformatowe, wyposażone – podobnie jak wcześniejsza – w rozbudowane systemy kontrolno-pomiarowe, dostosowane do wysokojakościowej produkcji opakowań kartonowych.

Na ile inwestycje te zwiększyły Państwa moce wytwórcze?

G.Ł.: Wzrost potencjału, wynikającego z zakupu dwóch maszyn Rapida, ale też sprzętu uzupełniającego, bez którego trudno wyobrazić sobie pracę drukarni opakowaniowej, szacujemy na ok. 30-40%. Inwestycje te zbiegły się w czasie z wieloma wyzwaniami rynkowymi, z jakimi mieliśmy do czynienia w ostatnich kilkunastu miesiącach, więc siłą rzeczy na ich pełne obciążenie przyjdzie nam jeszcze popracować. Obie maszyny wyzwoliły więc dodatkową przestrzeń produkcyjną, znacząco też zwiększyły naszą elastyczność. To także ważny sygnał dla wielu naszych klientów, zwłaszcza z zagranicy (gdzie intensywnie pracujemy nad rozpoznawalnością marki Akomex), że stale się rozwijamy, inwestujemy, doskonalimy nasze kwalifikacje, by obsłużyć ich jeszcze lepiej i szybciej.

Drugim kluczowym dla Grupy Akomex segmentem to branża farmaceutyczna.

KOENIG & BAUER

Klientów z tego rynku od wielu dekad obsługuje DrukPak.

G.Ł.: Nie zmieniło się to po wejściu tej drukarni w nasze struktury. Branża farmaceutyczna była tu obecna, jako zleceniodawca, od wielu lat i stanowi – obok kosmetycznej – gros zleceń tu realizowanych. Minione lata były dla niej bardzo dobre, co rzecz jasna przełożyło się na wzrost zapotrzebowania na opakowania na leki, a w efekcie – także na nasze wyniki. Stąd decyzja o budowie nowej hali produkcyjnej w Aleksandrowie Kujawskim, a także modernizacji parku sprzętowego. Działania te zostały wzbogacone o wdrożenie oprogramowania: zarówno workflow produkcyjnego, jak też systemu ERP.

Nowe inwestycje to nie tylko większa wydajność, jakość czy elastyczność produkcji, ale też – czego zapewne oczekują również Państwa klienci – droga do wdrożenia zasad zrównoważonego rozwoju. Na ile Akomex jest aktywny w tym obszarze?

G.Ł.: Szeroko rozumiana polityka zrównoważonego rozwoju towarzyszy nam od dawna. W ostatnich latach nasze działania w tym obszarze zostały przyspieszone. To wypadkowa i wyjście naprzeciw globalnym mega trendom rynkowym i rosnącym oczekiwaniom konsumentów, którzy stają się coraz bardziej świadomi w sprawach dotyczących ochrony środowiska. Jeden z dwóch kluczowych dla nas rynków, a mianowicie branża spożywcza, ma tu szczególne znaczenie. Wiele mówi się o redukcji plastiku, zastępowanego bardziej proekologicznymi, a więc odzyskiwalnymi czy biodegradowalnymi materiałami. Nie pozostajemy tu w tyle, oferując własne rozwiązania zbieżne z zasadami GOZ i wdrażamy technologie redukujące nasz wpływ na środowisko naturalne (potwierdzone choćby coraz wyższym wskaźnikiem EcoVadis). Już wkrótce będziemy w stanie podać ślad węglowy dla każdego z wytwarzanych przez Akomex opakowań. Bierzymy też aktywny udział w różnych inicjatywach środowiskowych.

Czy mógłby Pan przybliżyć ten temat?

G.Ł.: Systematycznie, wspólnie z jedną z pracowni badawczych, przeprowadzamy badania rynkowe EKObarmetr. Z najnowszych wynika, że większość konsumentów preferuje opakowania papierowe czy też kartonowe, właśnie z uwagi na ich proekologiczność. Akomex wyprzedził obecne, globalne „eko-trendy”, oferując już wcześniej nowoczesne, wcześniej wymieniane przeze mnie rozwiązania opakowaniowe. Ich udział w naszej sprzedaży stale rośnie. Podejmujemy też, jako odpowiedzialna społecznie i środowiskowo firma i pracodawca, różne inicjatywy, w kontekście szeroko pojętego dobra i przyszłości całej planety. Taką jest chociażby zaanonsowana w listopadzie br. akcja „Korzenie Wspólnych Wartości”. Wspólnie z naszymi klientami partnerem akcji – Posadzimy.pl – włączyliśmy się w proces sadzenia nowych drzew rodzimych gatunków (takich jak dąb, buk czy sosna) w lasach wymagających odbudowy, zwłaszcza tych dotkniętych katastrofami naturalnymi.

Czy tego typu inicjatywy są zauważane i doceniane przez rynek, zwłaszcza przez Państwa klientów?

G.Ł.: Oczywiście, przecież część z nich realizujemy wspólnie z nimi. Dotyczy to również naszych klientów z krajów Europy Zachodniej, np. Niemiec, które stają się dla nas coraz ważniejszym rynkiem eksportowym. Tam kwestie ekologii, np. w zakresie sortowania odpadów w gospodarstwach domowych, są traktowane bardzo poważnie. Nasze rozwiązania do produktów spożywczych wychodzą im zatem naprzeciw. Wiedza o prośrodowiskowych działaniach Grupy Akomex – również jest coraz bardziej powszechna.

W jakim stopniu inwestycje w sprzęt i software pozwalają być całej grupie Akomex bardziej „eko”?

G.Ł.: Każda z dwóch najnowszych maszyn Rapida drukuje miesięcznie ok. 4 mln arkuszy w formacie B1, co najlepiej

świadczy o ich wydajności. Ta zaś, w połączeniu z zaawansowanymi rozwiązaniami kontrolno-pomiarowymi zastosowanymi w obu urządzeniach oraz światowej klasy technologią drukowania, dają wymierne korzyści. Są nimi nie tylko oszczędności finansowe, ale też redukcja odpadów czy niższe zużycie energii. Druga rzecz to zgodność opakowań drukowanych na maszynach Rapida z zasadami GOZ, która stale rośnie i która jest dla nas niezmiernie ważna. Cieszymy się, że klienci, z którymi mamy przyjemność współpracować, podzielają tę wizję. To samo dotyczy dostawców, w tym firmy Koenig & Bauer i jej lokalnego oddziału, który nas obsługuje od chwili dostarczenia tu pierwszej z maszyn Rapida w 2021 roku.

Jak Pan ocenia tę kilkuletnią, wzajemną współpracę?

G.Ł.: Inwestycja w dwie kolejne maszyny tego samego producenta nigdy nie jest przypadkowa, więc odpowiedź na to pytanie nasuwa się sama. Pierwszą maszyną Rapida kupiliśmy w 2021 roku będą przekonani do jej walorów technologicznych, ale też bazując na pozytywnych doświadczeniach z autoryzowanym serwisem Koenig & Bauer, który wcześniej pomagał nam przy różnych okazjach. Inwestycja w dwie kolejne maszyny, z końca 2022 roku to efekt bezpośredniej już współpracy z Koenig & Bauer (CEE), którą bardzo sobie chwalimy. Nie chcę zbyt szybko wybiegać do przodu, zwłaszcza w obecnej sytuacji rynkowej, ale jeżeli będziemy rozważać kolejne zakupy offsetowych maszyn drukujących, to Koenig & Bauer z pewnością będzie tu preferowanym dostawcą.

Dziękujemy za rozmowę

Wszechstronność druku cyfrowego oraz technologii CI Flexo podczas Technology Days firmy Koenig & Bauer



Podczas eventu Koenig & Bauer's Digital & Webfed Technology Days możliwe było zapoznanie się z nową generacją technologii druku dekoracyjnego opakowań oraz technologią fleksograficzną CI. Zaprezentowano w pracy najnowszą i najmłodszą maszynę CI flexo, której produkcja odbywa się w Würzburgu. Ponad 150 gości wzięło udział w wydarzeniu w Customer Technology Center firmy Koenig & Bauer w Würzburgu w Niemczech.

Firma Koenig & Bauer, lider na rynku cyfrowego druku dekoracyjnego oraz zadruku opakowań, zaoferowała możliwość wglądu w przyszłościowe innowacje technologiczne, jakie zostaną zaprezentowane podczas nadchodzących targów drupa w Dusseldorfie w Niemczech w dniach 28 maja - 7 czerwca. Jedną z prezentacji była dedykowana kreatywnym możliwościom druku cyfrowego wraz z potencjałem sztucznej inteligencji w branży dekoracyjnej; tam,

gdzie w przeszłości istniały ograniczenia związane z obwodem cylindra.

Goście zostali zabrani w podróż „od stali do piksela”, prezentując korzenie firmy Koenig & Bauer stworzone w oparciu o wysokiej klasy odlewnię, a także innowacje bogate w technologie i biorące pod uwagę wpływ sztucznej inteligencji na nasze życie. Uczestnicy eventu dowiedzieli się, w jaki sposób można połączyć wszystkie aspekty druku cyfrowego i cyfryzacji, opakowań, dekoracji i druku fleksograficznego, mieli również okazję obserwować maszyny CI-Flexo i Rota-JET przy pracy.

Christoph Müller, dyrektor generalny firmy Koenig & Bauer Digital and Webfed oraz członek zarządu Koenig & Bauer powitał uroczysto gości, natomiast Chris Travis, wiceprezes ds. technologii druku w firmie Koenig & Bauer, który urodził się w Newcastle w Wielkiej Brytanii, ale od 30 lat mieszka w USA, był

mistrzem ceremonii tego dwudniowego wydarzenia. Wypełniony po brzegi informacjami program rozpoczął Thomas Reiner, dyrektor generalny firmy Berndt & Partner Group. Podzielił się on swoją wiedzą ekspercką w prezentacji zatytułowanej „Disruption Wanted! Przyszłość opakowań”. P. Reiner rozwinął rolę druku cyfrowego jako katalizatora swobody, jaką daje on branży opakowań. Szczegółowo opisał, w jaki sposób organizacje i marki muszą ponownie przemysleć modele biznesowe w odpowiedzi na żądania rynku dotyczące:

- krótszego czasu wprowadzania produktów na rynek
- niskich wielkości zamówień minimalnych w celu zmniejszenia ilości odpadów
- zmiany zachowań konsumentów związanych ze wzrostem popytu na rozwiązania typu e-commerce. (Niektóre z nich już się zmieniły - 70% amerykań-

KOENIG & BAUER



skich firm markowych projektuje teraz swoje opakowania tak, aby były odpowiednie dla handlu elektronicznego).

Elastyczność i szybkość mają kluczowe znaczenie. Podobnie jak realistyczne spojrzenie na czas wprowadzenia produktu na rynek. Prelegent wyjaśnił, że wprowadzenie na rynek nowych wariantów produktów zajmuje 198 dni. Należy zestawić to z percepcją i aspiracjami szefów działów marketingu, które wynoszą odpowiednio 90 i 30 dni, oraz oczekiwaniami konsumentów, które są bliższe jednemu dniu! Są to jedne z powodów, dla których osoby zainteresowane z branży FMCG potrzebują pomocy ze strony elastycznych producentów, którzy mogą zapewnić bardziej elastyczny czas wprowadzania produktów na rynek - wydajny, opłacalny i zrównoważony.

Kolejnym prelegentem był Güneri Tugcu, starszy menedżer ds. transparentności w firmie Amazon, który gorąco agitował za transformacją cyfrową oraz Sandra Wagner, wiceprezes ds. cyfryzacji w firmie Koenig & Bauer, która w swoim wystąpieniu na temat Connect Packaging przedstawiła inspirującą wizję przyszłości. Odbyła się również prezentacja Instytutu Fraunhofera dotycząca

materiałów pochodzenia biologicznego i powłok barierowych.

Firma Koenig & Bauer Coding zaprezentowała nieograniczone możliwości kodowania na żywo na opakowaniach makaronów przy wykorzystaniu urządzeń udaFORMAXX i alphaJET 5 X, a także indywidualne znakowanie laserowe metalowych słomek do picia i laserowe logo na jabłkach. Zademonstrowano również estetyczne, ale także przyjazne dla środowiska kodowanie na drewnianych sztuczkach za pomocą lasera CO₂. Aby zagwarantować gościom w pełni interaktywne wrażenia z wydarzenia, umożliwiono im ponadto zanurzenie się w historii specjalnie stworzonej marki własnej firmy Koenig & Bauer, „Happy Farm Box”.

Zespół kierowany przez Philipa Zimmermanna, wiceprezesa ds. sprzedaży cyfrowej i Webfed w firmie Koenig & Bauer, pomógł gościom zapoznać się z różnorodnymi możliwościami zastosowań, które obejmowały wyrafinowane składowane kartony, woreczki, opakowania wykonane na bazie włókien, teksturę falistą i dekoracje generowane przez sztuczną inteligencję, a także próbki druku fleksograficznego na podłożach biologicznych i biodegradowalnych. Fenomenalny

event obejmował pokazy technologii, prelekcje ekspertów technicznych, interakcje dla dociekliwych oraz wycieczkę po fabryce, która uwzględniała oglądanie pracy na żywo w odlewni.

Wydarzenie zgromadziło zróżnicowaną grupę międzynarodowych uczestników - w tym globalnie rozpoznawalne marki i znane nazwiska właścicieli marek - i zapewniło zwiedzającym niesamowity, ekskluzywny wgląd w innowacje firmy Koenig & Bauer oraz ekscytujący podgląd przełomowych zmian, które będą kształtować przyszłość branży.

Goście mogli przekonać się, w jaki sposób cyfrowe i fleksograficzne innowacje będą transformować i otwierać wszechświat możliwości i niesamowitych zastosowań.

Podczas prezentacji na żywo pokazano najmłodszą maszynę firmy Koenig & Bauer - fleksograficzną maszynę CI - z centralnym cylindrem dociskowym - model XD Pro, która wykonała produkcję na folii z pełną wydajnością wyprodukując wszystkie wprowadzone przez Koenig & Bauer nowości dla tego w pełni niemieckiego modelu, produkowanego przez Wuerzburg.

Dlaczego druk cyfrowy jest popularny wśród innowacyjnych marek?

Zdolność druku cyfrowego do transformacji opakowań umożliwia markom dostosowanie się do szerokiego wachlarza nacisków ze strony rynku, od potrzeby zarządzania zwiększoną liczbą kodów, po możliwość produkcji wielu wersji produktów i spełniania wymagań związanych z aktualizacjami przepisów. To wszystko jest możliwe dzięki usprawnionemu procesowi produkcji, który redukuje liczbę punktów kontaktu z człowiekiem, co pozwala na dostarczenie krótkich serii produkcyjnych realizowanych w znacznie krótszym czasie. Zmniejsza to także ilość makulatury oraz problem starzenia się produktów przy jednoczesnym utrzymaniu kosztów na minimalnym poziomie.

Karcher, międzynarodowa marka znana z produkcji myjek wysokociśnieniowych, coraz częściej docenia teraz zalety produkcji cyfrowej. W 2015 r. mniej niż 1% zapotrzebowania na druk producent zaspokajał przy zastosowaniu druku cyfrowego. Obecnie ponad połowa tego zapotrzebowania (52%) jest realizowana przy wykorzystaniu tego wysoce elastycznego i efektywnego kosztowo procesu.

Innowacyjna firma korzysta teraz z prostej obsługi danych, konsekwentnie jednolitej kolorystyki, oszczędności czasu produkcji bez dodatkowych kosztów wytwarzania form drukowych, zmniejszonej ilości produkcji i zwiększonej wersji zastosowań. Nie musi już także przechowywać dużych zapasów i dodatkowo posiada możliwości dostosowywania layoutów w odpowiedzi na szybko zmieniające się wymagania prawne.

Marki są zachęcane do przechodzenia na produkcję cyfrową między innymi przez operacje takie, jaką wykonała grupa Schumacher. Ta rodzinna firma z zakładami w całej Europie chętnie ko-



rzysta z technologii cyfrowej – to inwestycja, która się opłacała. W marcu 2022 roku firma cieszyła się rekordowym miesiącem produkcji na swojej maszynie Delta SPC 130. W ciągu 28 dni maszyna wykonała 226 zleceń i wydrukowała 1 346 954,56 metrów kwadratowych produktów. 73% zleceń zostało wyprodukowanych bez zastosowania primera. Czas druku wahał się od trzech minut do 10 godzin 20 minut. Średnia wyniosła więc 1 godzinę 50 minut.

Wysoce elastyczne świadczenie usług jest wspierane przez firmę Koenig & Bauer Durst poprzez kompleksowe szkolenia z zakresu przygotowania do druku, obsługi i sprzedaży, a także dzielenie się wiedzą biznesową i doświadczeniem.

Rozwiązania firmy Koenig & Bauer Durst dzięki dostępności technologii odbarwiania i recyklingu atramentów wodnych

SPC pozwalają również na przygotowanie się na wejście w życie w niedalekiej przyszłości nowych regulacji prawnych. Technologia Durst Water oddaje do dyspozycji wodne, nieszkodliwe atramenty jako zrównoważoną alternatywę dla systemów druku opartych o atramenty UV i rozpuszczalnikowe. Nadające się do recyklingu i odbarwiania atramenty spełniają wymagania marek, producentów tektury falistej i zakładów zajmujących się obróbką w zakresie jakości, wydajności i ochrony środowiska.

Druk cyfrowy ma wiele do zaoferowania markom, które chcą stworzyć bardziej elastyczne podejście do produkcji. Odkrywanie jego możliwości pozwoli wyznaczać nowe trendy, które pomogą utrzymać się na czele konkurencji.