

KOENIG & BAUER

KOENIG & BAUER

czerwiec 2024

32

Aktualności



we're on it.

we're on it.

Wstęp

Słowo wstępne 2

Sukcesy firmy Koenig & Bauer na targach drupa 2024. 3

Jerzy Sarama, prezes drukarni Karton-Pak S.A.: „Marka Koenig & Bauer towarzyszy nam od zawsze” 8

Więcej zrównoważonego rozwoju: firma Koenig & Bauer wyłania zwycięzce i przekazuje nagrodę Green Dot Award 2024 podczas targów drupa 11

Royalpack: wielkoformatowe rozwiązywanie Koenig & Bauer bazą dla wdrożenia produkcji opakowań z tekstury litej 12

Reorganizacja zarządzania w Koenig & Bauer 15

Aleksander Matyszczuk objął stanowisko Sales Managera Flexo w strukturach Koenig & Bauer CEE. 15

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



Drupa 2024 już za nami.

Podsumowując targi w Duesseldorfie chciałbym podkreślić dwa aspekty. Pierwszy to ludzie pracujący w Koenig & Bauer CEE. Podczas 11 dni targów udowodnili, dlaczego są tak ważnym elementem firmy i jak ważna jest znajomość rynku, klientów oraz oferowanych produktów. W tym miejscu chciałbym podziękować Michałowi Drożdż, Sylwkwowi Piec, Adamowi Ślazińskiemu, Andrzejowi Wasielak i Pawłowi Krasowskiemu, którzy codziennie stawali na wysokości zadania i z uśmiechem i satysfakcją przyjmowali klientów z Polski na wyróżniającym się swoim wyglądem stoisku Koenig & Bauer.

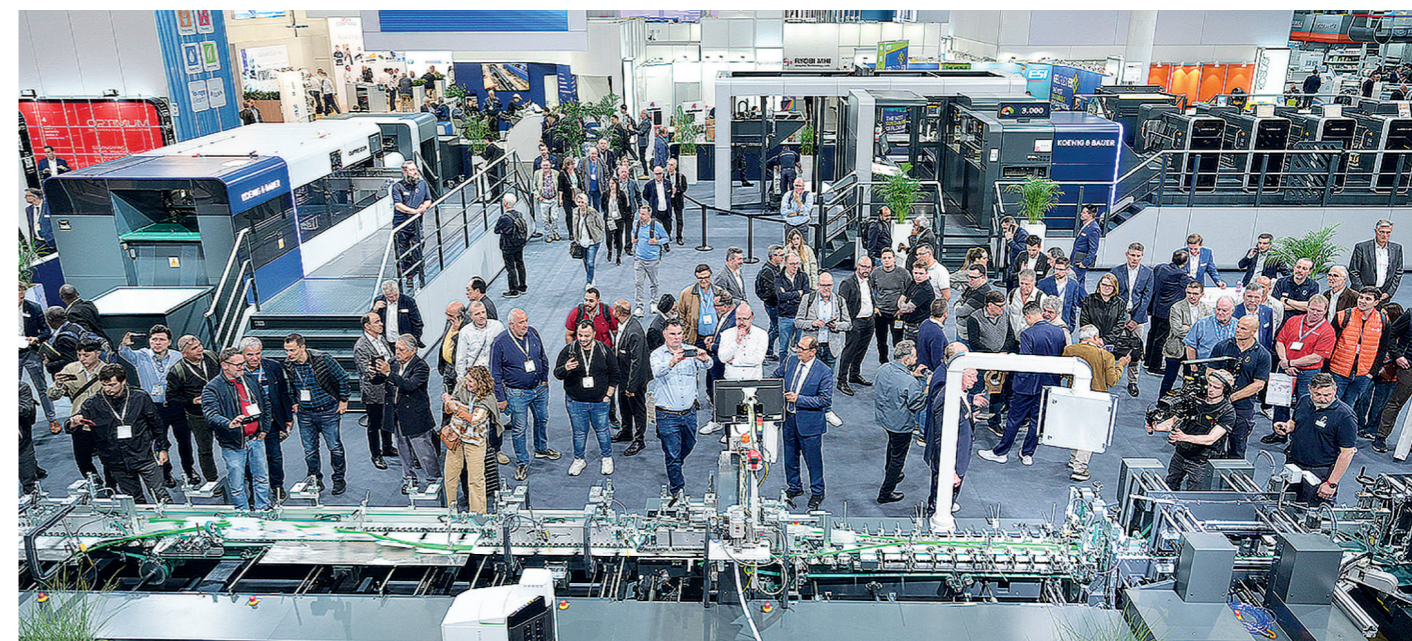
Drugi, równie ważny to nasi klienci. Jesteśmy dumni z faktu jak wielu z Was odwiedziło nasze stoisko potwierdzając sens organizacji tego typu imprez. Podczas rozmów na targach jak też podczas wspólnych kolacji mieliśmy okazję wymienić się z Państwem wieloma spostrzeżeniami i uwagami. Wszystkie je przyjmujemy i obiecujemy wykorzystać tak, aby obsługa sprzedażowa i serwisowa oferowana była na jak najwyższym poziomie. W bieżącym wydaniu Aktualności z dumą prezentujemy firmy Karton-Pak S.A. oraz Royalpack, które są znakomitym przykładem obustronnego zaufania oraz wieloletniej współpracy.

Targi możemy uznać za bardzo udane. Zamówienia na maszyny drukujące, sztanujące oraz składarko sklejkarki spowodują, że druga połowa roku 2024 będzie dla całego obszaru CEE bardzo pracowita. Spółka Koenig & Bauer z nawiązką osiągnęła postawione sobie cele, a różnorodność rozwiązań prezentowanych podczas targów - o których piszemy na pierwszych stronach bieżącego wydania - spowodowała, że odważnie możemy patrzeć w przyszłość. Zarówno prezentowane systemy druku inkjetowego jak i cyfrowe produkty jak Kyana Assist pokazują jak firma z ponad 200 letnią historią dostosowuje się do oczekiwań rynkowych.

Jeszcze raz serdecznie dziękujemy wszystkim Państwu którzy odwiedzili nas na targach w Dusseldorfie, a wszystkich tych, którzy nie mogli przyjechać zapraszamy serdecznie do kontaktu i wizyt w naszych centrach demonstracyjno-pokazowych.

Życzymy Państwu udanego wypoczynku podczas zbliżających się urlopów.

Grzegorz Szyczkowski
Director Sales & Customer Care



Sukcesy firmy Koenig & Bauer na targach drupa 2024

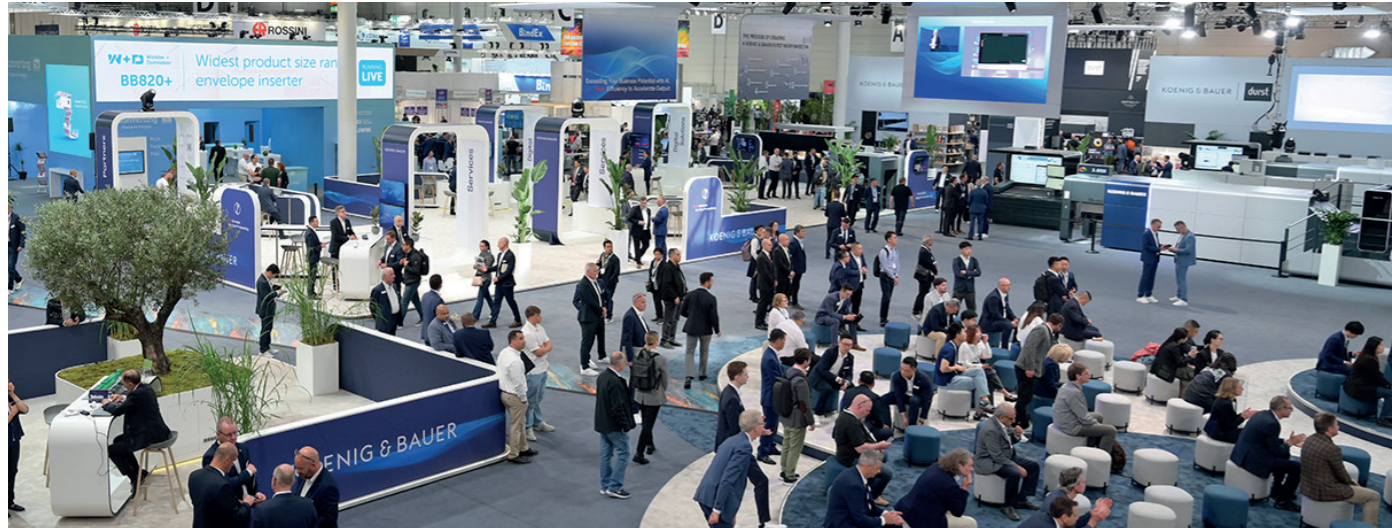
W dniach od 28 maja do 7 czerwca firma Koenig & Bauer zaprezentowała podczas targów drupa, największych na świecie i wiodących targów technologii druku w Dusseldorfie, swoje szerokie portfolio produktów i liczne innowacje cyfrowe. CEO firmy, dr Andreas Pleßke, który pełni również funkcję przewodniczącego komitetu drupa, podsumowuje: „Po ośmiu latach zarówno wystawcy, jak i odwiedzający, z dużym zaangażowaniem i entuzjazmem przybyli do Dusseldorfu. Można zauważyć, jak głęboko zmieniła się cała branża w ostatnich latach. Tematy takie jak zrównoważony rozwój i cyfryzacja były kluczowymi kwestiami, a odwiedzający poszukiwali odpowiednich rozwiązań”.

Cyfrowe innowacje stały się magnesem dla publiczności

Pionierskie innowacje cyfrowe, demonstrowane podczas interesujących pokazów na żywo, okazały się prawdziwym magnesem dla publiczności. Cyfrowa inteligencja Kyana ożyła na oczach odwiedzających i osobiście przedstawiła się zainteresowanej publiczności jako wirtualna moderatorka. Portal myKyana zaprezentował się jako centralny punkt świata produktów cyfrowych i imponujący sposób podkreślił, w jaki sposób cyfryzacja może wpłynąć na zwiększenie wydajności, produktywności i zrównoważonego rozwoju firm. Kyana Assist wywołała poruszenie wśród odwiedzających targi. Pierwszy chatbot AI w branży poligraficznej umożliwił klientom firmy Koenig & Bauer bezpośrednią interakcję z Kyana i otrzymanie bezpośredniego wsparcia bez czasu oczekiwania.

Podczas indywidualnych demonstracji na żywo, odwiedzający mogli bezpośrednio na stoisku targowym uzyskać szczegółowy wgląd w korzyści płynące z kompleksowego ekosystemu myKyana. „Na targach drupa pokazaliśmy, jak połączenie tradycyjnej sztuki druku z najnowocześniejszymi technologiami opartymi o sztuczną inteligencję oraz obróbkę danych kształtuje przyszłość branży poligraficznej. Niezliczone rozmowy z klientami potwierdzają, że cyfrowe narzędzia zwiększające produktywność stają się decydującym kryterium przy inwestowaniu w nasze technologie druku i obróbki po druku” - podkreśla Sandra Wagner, Wiceprezes ds. cyfryzacji w firmie Koenig & Bauer.

Ze szczególnym zainteresowaniem właścicieli marek i producentów opakowań spotkało się nowe rozwiązanie FOLLOW. Innowacyjna platforma przekształca opakowania w kompleksowe, multimedialne kanały komunikacji i przenosi całe doświadczenie konsumenta na nowy, wyższy poziom. Dzięki funkcjom rozszerzonej rzeczywistości i elementom z gier rozwiązanie FOLLOW zapewnia zapierające dech w piersiach doświadczenia związane z produktem. Ponadto platforma spełnia już przyszłe



regulacje, takie jak cyfrowy paszport produktu, a tym samym przyczynia się do zrównoważonego rozwoju i identyfikowalności produktów.

Rzut oka do wnętrza laboratorium: w drodze do nowej platformy automatyzacyjnej Koenig & Bauer wraz z Siemensem

Na przykładzie samonakładaka średnioformatowej arkuszowej maszyny offsetowej Rapida 106 firma Koenig & Bauer umożliwiła odwiedzającym targi wgląd w przyszłość swojej wystandaryzowanej i modułowej platformy automatyzacyjnej oraz zademonstrowała rzeczywiste przypadki konserwacji prewencyjnej i pulpity nawigacyjne wydajności dla poszczególnych komponentów maszyny.

Dzięki wciąż jeszcze rozwijającej się platformie firma Koenig & Bauer odpowiedziała na globalne trendy i wprowadziła koncern w nową erę. Celem było znaczne skrócenie czasów opracowywania i uruchamiania oraz podniesienie wsparcia w zakresie serwisu i obsługi posprzedażnej na nowy, wyższy poziom. Współpraca z Siemensem ma również ogromne znaczenie dla rozwoju rozwiązań cyfrowych, ponieważ nowa technologia umożliwia rejestrowanie i analizowanie jeszcze bardziej szczegółowych danych dotyczących komponentów maszyn i ich stanu.

Globalne zainteresowanie offsetem arkuszowym

Dzięki dużej liczbie otrzymanych zamówień firma Koenig & Bauer z nawiązką osiągnęła wyznaczone sobie cele. Planowane założenia szczególnie znacznie przekroczył dział offsetu arkuszowego. Większość zamówień pochodziła z Chin, Hiszpanii i Brazylii. Jednak zamówienia napłynęły również z regionu krajów niemieckojęzycznych, Polski, wielu innych krajów Europy Środkowej, Azji oraz Ameryki Północnej i Południowej. Zamówienia dotyczyły wszystkich klas formatów, a także obszaru post-press, który był prezentowany na targach jako część kompleksowego workflow związanego z opakowaniem. Dużym zainteresowaniem cieszyły się innowacyjne sztance CutPRO X 106, CutPRO Q 106 i składarko-sklejarka .

Prezentowana na stoisku targowym siedmiokolorowa maszyna Rapida 106 X z wieżą lakierującą i przedłużeniem wykładania pracująca z prędkością druku do 22.000 ark./h jest najszybszą na świecie arkuszową maszyną offsetową pracującą w zakresie średnich formatów. Dodatkowo trzeba powiedzieć o innowacjach zapewniających większą automatyzację i wydajność, w tym zmianie formy lakierującej CPC+ (Coating Plate Change Plus). Może być ona sterowana z konsoli maszyny i działa w pełni automatycznie. System zasilania lakierem VariCoat+ to również unikatowe rozwiązanie znacznie poprawiające komfort pracy.

W obrębie rodziny produktów Rapida+ przeznaczonych do zautomatyzowanego druku firma Koenig & Bauer zaprezentowała aplikację PressTalk, która umożliwia operatorom komunikację za pośrednictwem zestawu słuchawkowego bez względu na to, w którym miejscu przy maszynie się znajdują. AutoGuide zapewnia również informacje o statusie danego procesu oraz zalecanych działaniach - za pośrednictwem ekranu Wallscreen konsoli sterującej i jako informacji głosowych w zestawie słuchawkowym.

Dalsze nowości targowe dotyczyły techniki pomiarowej i kontrolnej maszyn Rapida. Ekran ErgoTronic ExpertScreen rozbudowany został o dodatkowe informacje dotyczące regulacji nafarbienia i odciąża tym samym ekran konsoli sterującej. QualiTronic



Image+ eliminuje potrzebę stosowania pasków pomiarowych na zadrukowywanych arkuszach. Możliwy jest pomiar pól kontrolnych bezpośrednio z drukowanych użytków. Eliminacja pasków pomiarowych tworzy dodatkową przestrzeń na zadrukowanym arkuszu lub pomaga lepiej ją wykorzystać. Dzięki QualiTronic Opaque+, paski pomiarowe mogą być mierzone i kontrolowane na podstawowych kolorach – nawet w sytuacji, kiedy miał miejsce poddruk kolorem białym

Dla firm zajmujących się zadrukiem opakowań interesujące jest również narzędzie ErgoTronic FormCheck, które umożliwia wyświetlanie na konsoli sterującej form lakierujących i sztancujących na zadrukowanych arkuszach. Ułatwia to przeprowadzanie wizualnych kontroli form w odniesieniu do drukowanego obrazu.

Dzięki opracowanej we własnym zakresie nowej generacji urządzeń suszących VariDry+ i VariDryBlue+ firma Koenig & Bauer gwarantuje również znaczny potencjał oszczędności energii w energochłonnym procesie suszenia, a tym samym wnosi znaczący wkład w bardziej zrównoważony rozwój w druku.

Jeszcze podczas targów drupa, prezentowana maszyna Rapida 106 została sprzedana drukarni I.G.B. - Innovative Graphic Boxes - w północnych Włoszech. Po zainstalowaniu w zakładzie w Viggiù maszyna będzie produkować przede wszystkim opakowania farmaceutyczne. Wszystkie prezentowane systemy postpress również zostały sprzedane bezpośrednio ze stoiska.

Składarko-sklejarka Omega Alius 90 prezentowała maksymalną produktywność, innowacyjne moduły automatyzacyjne i funkcje pamięci, które zapewniają niezwykle krótkie czasy narzadzania podczas zmiany zlecenia i umożliwiają maksymalną wydajność produkcji przy prędkości do 600 m/min. Dołączone do niej urządzenia peryferyjne, dostosowane do indywidualnych wymagań i potrzeb, oferują maksymalną elastyczność i optymalizują proces przed i po klejeniu. Maszyna targowa była wyposażona w przedpodajnik i automatyczny system pakowania Omega E-Pack. W takiej konfiguracji trafi do firmy Qualvis Print & Packaging z Leicester w Wielkiej Brytanii wraz z maszyną Rapida 106 wyposażoną w unikatowe funkcje. Kolejna maszyna Rapida 106 z siedmioma zespołami farbowymi i podwójnym lakierowaniem już pracuje u tego klienta.

Kolejna prezentowana maszyna postpresowa to sztanca płaska CutPRO Q 106. Dostępna w standardzie z systemem usuwającym odpad i jednostką separującą użytki oferuje maksymalną wydajność prędkości sztancowania do 9.000 ark./h. Unikatową zaletą CutPRO Q 106 SB jest integracja rozwiązań technicznych z maszyn drukujących Rapida. Innowacyjna technologia indy-



widualnego napędu w samonakładaku DriveTronic zapewnia optymalny bieg arkusza i wyjątkowo krótkie czasy narządzenia - całkowicie niezależne od materiału poddawanego obróbce. Innowacyjny, optyczny system pasowania Cut2Print oferuje najwyższą jakość wykrawania. Rozwiązania pracy w trybie non-stop z w pełni automatyczną wymianą palet zapewniają nieprzerwane prowadzenie procesów produkcyjnych i tym samym zwiększają wydajność produkcji. Maszyna CutPRO Q 106 SB jest w pełni zintegrowana z systemem zbierania danych produkcyjnych LogoTronic. Tuż po zakończonych targach trafi ona do drukarni AM-PG Group w Erywaniu w Armenii. Firma ta jest użytkownikiem rozwiązań firmy Koenig & Bauer od ponad 15 lat i obsługuje średnioformatową maszynę Rapida.

Sztanca rotacyjna CutPRO X 106, która pracowała z prędkością do 16.000 arkuszy/h, pobiła wszelkie rekordy prędkości w procesie sztancowania i cieszyła się dużym zainteresowaniem międzynarodowej publiczności. Została sprzedana podczas targów w różnych konfiguracjach, w tym z wyposażeniem do sztancowania etykiet. Wersja prezentowana publiczności składała się z czterech zespołów (pierwszy wykonywał tłoczenie, drugi bigował, trzeci sztancował, czwarty usuwał odpad). Wykładanie maszyny było połączone z automatyką do rozdzielania użytków i ich separacji w stosie. Cały proces przebiega automatycznie w pełnej wydajności.

Strategiczne partnerstwo handlowe z AHM w celu uzupełnienia oferty produktów dla składarko - sklejarek w sektorze tektury falistej

Partnerstwo handlowe z AHM Deutschland, producentem specjalizującym się w rozwoju składarko - sklejarek i systemów aplikacji dla sektora tektury falistej uzupełniło ofertę firmy Koenig & Bauer w zakresie sklejarek do tektury falistej. Spółka AHM wydzielona z centrum sklejania kartonów składanych Opti-Run, oferuje składarko - sklejarki do tektury falistej w najwyższym stopniu przyjaznych dla użytkownika. Modułowe rozwiązania aplikacyjne znacznie zwiększają stopień wydajności portfolio produktów na tym rynku. Ukierunkowana wymiana know – how ma na celu nie tylko wspólny rozwój produktów, ale także wzmocnienie działań sprzedażowych.

Firma Koenig & Bauer Durst przekonuje do siebie wysoką jakością i elastycznością druku cyfrowego

Cyfrowa maszyna do zadruku pudełek składanych VariJET 106 spółki joint venture Koenig & Bauer Durst została po raz pierwszy zaprezentowana na targach branżowych. Podczas demonstracji produktu zachwyliła wysoką jakością druku przy jednoczesnej elastyczności całej konfiguracji. Wrażenie na odwiedzających stoisko zrobiła przede wszystkim możliwość dodania wielu jednostek lakierujących i konwencjonalnych zespołów drukujących. Firma Koenig & Bauer Durst, wraz z firmą Highcon, zademonstrowała możliwości w pełni cyfrowych procesów przepływu pracy, od druku po obróbkę po druku. Spółka joint venture potwierdziła również dwóch klientów beta dla urządzenia VariJET 106 oraz planowaną na lipiec instalację VariJET u jednego z europejskich klientów. Druk cyfrowy w kolorze białym na podłożach z tektury falistej wykonany farbami na bazie wody stanowił kolejną nowość w branży.

Technologiczne i zrównoważone innowacje w segmencie Digital & Webfed

18-metrowa wstęga dekoracyjna, rozciągająca się na stoisku firmy Koenig & Bauer, przyciągała niewątpliwie wzrok odwiedzających targi. Każdy centymetr dekoru wygenerowanego przez sztuczną inteligencję był jedyny w swoim rodzaju, imponująco podkreślając innowacyjność i wiodącą pozycję technologiczną, jaką firma Koenig & Bauer dzięki maszynie RotaJET zajmuje w dziedzinie cyfrowego druku dekoracyjnego. Punktem centralnym pokazów maszyny były pudełka składane i produkty top-liner. Na szczególną uwagę zasługują produkty, które łączą wysokonakładowy cyfrowy druk opakowań z rozwiązaniami rozszerzonej rzeczywistości FOLLOW i bezpieczeństwa marki ValiPACK. Specjalnie na targi drupa firma Koenig & Bauer wydrukowała na maszynie RotaJET 15.000 opakowań TetraPak, które były do dyspozycji odwiedzających stoisko. Dużym zainteresowaniem cieszyły się również strefy informacyjne dotyczące tektury falistej i druku fleksograficznego CI. Skupiono się tutaj na druku na podłożach bio i biodegradowalnych oraz na wysokowydajnych maszynach ChromaCUT X Pro i Chroma HighTech 2S do druku obustronnego na tekturze falistej.

Ogromny napływ zamówień podczas targów drupa: potwierdzenie prognozy na bieżący rok obrotowy

„Ogromne zainteresowanie i niezwykle sukcesy sprzedażowe potwierdzają, że firma Koenig & Bauer po raz kolejny spełniła swoje aktualne od ponad 200 lat zobowiązanie opracowywania pionierskich technologii dla przemysłu poligraficznego „ - podkreśla Dyrektor Finansowy, dr Stephen Kimmich. Od końca maja 2024 r. firma Koenig & Bauer pozyskała z rynku nowe zamówienia o łącznej wartości 250 mln EUR, z czego około 200 mln EUR to zamówienia prawnie wiążące. Liczba otrzymanych zamówień dotyczy wszystkich segmentów. Nowe zamówienia zostały złożone na targach drupa oraz poza nimi. Spółka potwierdza swoją prognozę osiągnięcia w bieżącym roku obrotowym operacyjnej marży EBIT i rozwoju obrotów na tym samym stabilnym poziomie co w roku poprzednim. Kroki podjęte już w celu osiągnięcia marży EBIT w wysokości od 6 do 7 procent przy sprzedaży koncernu na poziomie 1,5 miliarda euro najpóźniej w roku obrotowym 2026 są również zabezpieczone przez program celowy „Spotlight”.

Po jedenastu dniach spędzonych na stoisku firmy Koenig & Bauer stało się jasne, że drupa to prawdziwe targi branżowe, które po ośmiu latach przerwy pozostały wiernie swoim założeniom. „Wiele ekscytujących dyskusji technicznych z klientami i ekspertami z branży tworzy wyjątkową atmosferę tych targów” - mówi Ralf Sammeck, Członek Zarządu firmy Koenig & Bauer.



ZGŁOŚ SWOJE OPAKOWANIE I WYGRAJ
NAJLEPSZE OPAKOWANIE ROKU 2024!

KATEGORIA
OPAKOWANIE POS

Partnerem kategorii jest:

KOENIG & BAUER

ART OF PACKAGING 2024
PROFESSIONAL



Zwycięzca ART of PACKAGING jest automatycznie nominowany do nagrody głównej World Star organizowanej przez Światową Organizację Opakowań WPO

Jerzy Sarama, prezes drukarni Karton-Pak S.A.: „Marka Koenig & Bauer towarzyszy nam od zawsze”

Współpraca drukarni Karton-Pak S.A. z Nowej Soli z Koenig & Bauer trwa nieprzerwanie blisko 30 lat. Niedawno firma dostarczyła tu dziewiątą z kolei arkuszową maszynę drukującą z serii Rapida. Wzbogaciła ona park sprzętowy drukarni, specjalizującej się w opakowaniach jednostkowych z tektury litej, w zakresie produktów wysoko przetworzonych, uszlachetnionych, również klasy premium. O najnowszych krokach inwestycyjnych, ale też o obecnej sytuacji rynkowej, prognozach związanych z branżą opakowań, jak też zmieniającymi się wymaganiami i oczekiwaniami ich odbiorców mówi Jerzy Sarama - prezes zarządu Karton-Pak.

Redakcja: Minęło ponad 30 lat od chwili sprywatyzowania zakładów w Nowej Soli, które od tamtej pory działają pod nazwą Karton-Pak S.A. Przez cały ten czas kieruje Pan firmą w roli prezesa. Przeszliście Państwo długą drogę...

Jerzy Sarama: Rzeczywiście, za nami trzy dekady konsekwentnego, planowanego rozwoju i przekształceń, które wprowadziły Karton-Pak do czołówki polskich drukarni specjalizujących się w opakowaniach z tektury litej. Sądzę, że to właśnie nasza specjalizacja i skoncentrowanie się na branży opakowań kartonowych, pozwoliła na tak dynamiczny rozwój i utrzymanie właściwego kierunku, nawet pomimo licznych zawirowań rynkowych, które dotyczyły – nie tylko nas, ale cały rynek – w różnych okresach minionego 30-lecia. Ostatnie lata też nie należały do najłatwiejszych.

Jak Pan ocenia obecną sytuację rynkową, także w kontekście problemów i wyzwań, z którymi mierzyły się drukarnie m.in. opakowaniowe, w ostatnim czasie?

J.S: W roku 2017 wykonaliśmy strategiczny ruch w naszej działalności – otworzyliśmy drugi, zbudowany od podstaw zakład produkcyjny, bazujący na druku w formacie B0. Wówczas wyposażony był on w jedną pełną linię wytwórczą, uwzględniającą m.in. najnowocześniejszą maszynę Rapida 145. Kilka lat później dołączyła do niej druga, równie bogato wyposażona. Poza inwestycjami sprzętowymi, nowy zakład został wyposażony w obszerny magazyn wysokiego składowania, uwzględniający najnowocześniejsze rozwiązania logistyczne. Dysponując wykwalifikowaną, stabilną i oddaną naszej firmie kadrą, byliśmy w naturalny sposób przygotowani na różne wyzwania rynkowe. Mówiąc kolokwialnie, wyprzedziliśmy i niejako uprzedziliśmy je wspomnianymi, strategicznymi inwestycjami. To pozwoliło firmie Karton-Pak przejść suchą stopą przez zawirowania ostatnich lat i dalej się rozwijać. Czego potwierdzeniem jest choćby najnowsza maszyna Koenig & Bauer, tym razem w formacie B1.

R: Z marką Koenig & Bauer wiążą Państwa wieloletnie związki, sięgające jeszcze czasów poprzedzających przekształcenie i prywatyzację w latach 90. ubiegłego wieku.

J.S: Zgadza się. W czasie, gdy miał miejsce proces prywatyzacji firmy (będącej sukcesorem manufaktury kartonów, powstałej w 1923 roku, przekształconej w latach 60. ubiegłego wieku w zakład produkujący opakowania z nadrukiem), pracowały tu wysłużone maszyny Planeta. Nota bene powstawały one w tych samych zakładach w Radebeul, w których produkowane były i nadal są modele Rapida, także dostarczane sukcesywnie do naszej drukarni. Można więc zaryzykować stwierdzenie, że marka Koenig & Bauer towarzyszy nam od zawsze, a maszyny tej firmy przez wszystkie lata funkcjonowania Karton-Pak stanowiły i wciąż stanowią podstawę naszego parku sprzętowego. Dostarczona w ubiegłym roku pełnoformatowa Rapida 106 to już dziewiąta maszyna tej serii zakupiona przez nas. Jeżeli uwzględnić modele Planeta, pracujące w Nowej Soli przed transformacją, mamy wynik dwucyfrowy. A to już mówi samo za siebie.

R: Co Pan ceni sobie najbardziej w relacjach z Koenig & Bauer?

J.S: Hołdujemy zasadzie, że biznes tworzą ludzie i tak też jest w tym przypadku. W naszej wieloletniej współpracy z Koenig & Bauer, zarówno jeżeli chodzi o centralę jak i jej polski oddział, zawsze mieliśmy to szczęście, że trafialiśmy na osoby niezwykle profesjonalnie podchodzące do swojej pracy. Stąd też Koenig & Bauer jest nie tylko dostawcą i producentem arkuszowych maszyn

offsetowych, sukcesywnie wdrażanych w obu naszych zakładach, ale przede wszystkim naszym partnerem i doradcą. Nie umniejszając zaawansowania technologicznego samego sprzętu, to właśnie ludzie w dużej mierze decydują o sukcesach rynkowych firm i to relacje między ludźmi mają największy wpływ na ciągłość współpracy. Ta w naszym i Koenig & Bauer przypadku trwa nieprzerwanie od wielu dekad i nic nie wskazuje na to, by miało się to zmienić.

R: Wracając do Państwa najnowszego zakupu. Po dwóch maszynach w formacie B0 tym razem zdecydowaliście się na maszynę pełnoformatową, ale również bogato wyposażoną pod względem kolorystyki oraz w dwie wieże lakierujące.

J.S: Konfiguracja nowej maszyny, jak zawsze zresztą, była poprzedzona drobiazgowymi analizami rynkowymi – głównie pod względem potrzeb klientów - oraz konsultacjami ze specjalistami Koenig & Bauer. Jej zakup to wypadkowa kilku czynników, a także trendów rynkowych, jakie obserwujemy w obszarze opakowań. W naszym przypadku gros klientów, zarówno z Polski jak i zagranicy (a warto podkreślić, że ci drudzy stanowią obecnie ok. 50% naszych zleceńodawców), to firmy z branży spożywczej. Chodząc po sklepach widzimy jak konkurencyjny jest to segment, więc właściciele marek (także własnych w przypadku dużych sieci sprzedaży detalicznej) starają się uatrakcyjnić i wyróżnić swój produkt na półce sklepowej. Na ową atrakcyjność pracuje przede wszystkim opakowanie i jego wygląd.

R: Jaki potencjał w tym kontekście oferuje nowa maszyna?

J.S: Karton-Pak już wiele lat temu postawił na druk z rozszerzonym gamutem barwnym, inwestując – w zasadzie za każdym razem – w maszyny wyposażone w siedem zespołów drukujących i opcjonalne zespoły lakierujące. Tak też było w przypadku najnowszej maszyny w formacie B1, która posiada siedem agregatów drukujących i dwie wieże lakierujące. To pozwala realizować z wysoką wydajnością prace bogato uszlachetnione (poddawane w końcowej fazie np. tłoczeniu folii na gorąco) także w krótszych seriach (rzędu kilkuset egzemplarzy), z uwzględnieniem różnych wersji danego opakowania. Ale rozszerzony gamut przekłada się też na wysoką wydajność związaną z optymalnym zużyciem farb. Podam konkretny przykład: jedno z realizowanych zamówień uwzględniło zastosowanie aż 34 kolorów specjalnych, których liczbę w kontekście procesu drukowania – dzięki posiadaniu maszyn siedmiozespołowych – udało się zredukować do 4/5, optymalizując rozmieszczenie użytków na arkuszu. To generuje wymierne oszczędności materiałowe i czasowe, pozwalające zbudować przewagę konkurencyjną.

R: W jakim stopniu obłożona jest nowa Rapida?

J.S: Maszyna została dostarczona w listopadzie 2023 roku i od chwili wdrożenia pracuje na trzy zmiany, podobnie jak cała drukarnia. Stała się zatem naszym kolejnym „handicapem” rynkowym, tym razem w kontekście mniejszych nakładów wysoko przetworzonych, uszlachetnianych opakowań wielokolorowych z tektury litej. Podobnie jak wcześniej dostarczane tu modele Rapida, oferuje ona szereg rozwiązań automatyzujących pracę i zaawansowane systemy kontrolno-pomiarowe. To niezbędne elementy w kontekście wysokiego reżimu technologicznego, jaki towarzyszy produkcji opakowań, zwłaszcza spożywczych. Stabilność produkcji, wysoka jakość i wydajność, niezawodność całego rozwiązania - to w naszym przypadku podstawa. Nowa maszyna, podobnie jak wcześniejsze, była tu strzałem w dziesiątkę.

R: Wspomniał Pan o znaczącym udziale zleceń zagranicznych w obrotach realizowanych przez Karton-Pak. Na ile Państwa marka jest rozpoznawalna poza Polską?

J.S: Dzięki optymalnej lokalizacji geograficznej i sąsiedztwu Niemiec mamy blisko nie tylko do naszych dostawców i partnerów z Koenig & Bauer, ale przede wszystkim możemy śmiało sięgać po zlecenia z zachodnich rynków, co rzecz jasna czynimy. Aby to jednak było możliwe, musimy być rozpoznawalni. Cieszymy się, że w przypadku Karton-Pak udało się to osiągnąć, dzięki czemu



nasze opakowania trafiają od wielu lat do klientów z krajów Unii Europejskiej takich jak: Niemcy, region Beneluksu, Francja czy Hiszpania. W przypadku tego ostatniego od wielu lat ściśle współpracujemy z jedną z tamtejszych drukarni opakowaniowych. Wspólnie realizujemy duże kontrakty, wymagające kompleksowej obsługi i jednoczesnej dostawy opakowań, których sami nie byłibyśmy w stanie udźwignąć, nawet przy tak bogatym parku sprzętowym, jakim dysponujemy.

R: Na jakie elementy zwracają obecnie uwagę zlecniodawcy z kluczowej dla Państwa branży spożywczej?

J.S: Poza tymi, które towarzyszą nam od zawsze, tj. wysoką jakością i terminowością, obserwujemy – także jako konsumenci – coraz większe znaczenie szeroko rozumianej proekologiczności opakowań, ale też – tu uwaga – technologii stosowanych do ich produkcji. Rok 2025 będzie pierwszym, w którym obejmie nas – jako spółkę o wystarczająco wysokim zatrudnieniu (wynoszącym obecnie ok. 300 osób) i przychodach/obrotach – obowiązek raportowania ESG. W tym kontekście również jesteśmy z wyprzedzeniem przygotowani, gdyż Karton-Pak postawił na zasady zrównoważonego rozwoju już wiele lat temu. Zwracamy na nie uwagę, inwestując w możliwie energooszczędne, w pełni zautomatyzowane i wysokowydajne maszyny, ale też wdrażając różne rozwiązania w naszych zakładach np. w zakresie odzyskiwania ciepła powstałego podczas procesów drukowania. Magazyn wysokiego składowania, o którym była mowa wcześniej, również posiada zaawansowane rozwiązania logistyczne (m.in. autonomiczne wózki), co wpływa na wydajność, minimalizuje straty, ogranicza czas dostawy towaru na rynek itd. To elementy, na które nasi partnerzy biznesowi zwracają uwagę i je doceniają. Jednak najbardziej, zwłaszcza w przypadku firm z branży spożywczej, zależy im na proekologiczności opakowań, w jakie pakowane są ich wyroby. Tu wyszliśmy naprzeciw ich potrzebom już wiele lat temu, stosując – do dzisiaj – surowce proekologiczne tj. takie, które – po wykorzystaniu opakowania – można w 100% poddać recyklingowi. Wiele jest obecnie w przestrzeni medialnej tzw. „greenwashingu” i każdy stara się być „eko” – w naszym przypadku nie jest to jedynie formułka, ale rzeczywistość, potwierdzona licznymi certyfikatami środowiskowymi (m.in. ISO 14001) i opiniami klientów.

R: Karton-Pak jawi się jako firma, która wypracowała sobie partnerskie relacje zarówno z klientami jak i dostawcami. A jak wygląda Państwa podejście do kwestii pracowniczych, które siłą rzeczy obejmuje również wspomniane raportowanie ESG?

J.S: Karton-Pak od wielu lat pozostaje jednym z największych pracodawców nie tylko w Nowej Soli, ale w całym regionie. Obecnie zatrudniamy ok. 300 osób, z których część pracuje tu od chwili powstania firmy w jej obecnym kształcie, niektóre zaś były związane z tym miejscem jeszcze wcześniej – przed prywatyzacją w 1992 roku. Są to zatem więzi wieloletnie, niezwykle bliskie, często pracują tu kolejne pokolenia z danej rodziny. I tak też traktujemy naszych pracowników: jak jedną wielką rodzinę. Staramy się zatem dbać o ich kwalifikacje, ale też o dobre samopoczucie w pracy i poza nią. Stąd liczne inicjatywy, mające budować integrację i poczucie wspólnoty. Z dumą odebraliśmy przyznaną przez Państwową Inspekcję Pracy nagrodę „Bezpieczny Pracodawca 2023” w kategorii firm zatrudniających co najmniej 249 osób.

R: Czy może Pan przybliżyć te działania?

J.S: Z myślą o dzieciach i wnukach naszych pracowników co roku organizujemy konkurs plastyczny pt. „Dekoracja Świąteczna Boże Narodzenie”. Nawiązując na naszej polityki w obszarze sustainability, zainicjowaliśmy – skierowany do dzieci w wieku 3-14 lat –konkurs plastyczny pod nazwą „Eko Zabawka”. Zadanie polegało na wykonaniu dowolnej pracy technicznej przedstawiającej zabawkę, w której wykorzystane zostało opakowanie tekturowe z odzysku. Cieszył się on dużą popularnością, a my dzięki temu „przemycamy” zasady zrównoważonego rozwoju także u najmłodszych.

Warto wspomnieć o naszej ekipie kolarskiej, która regularnie bierze udział w wyścigu o miano Rowerowej Stolicy Polski. Jako firma angażujemy się też w inne inicjatywy związane ze sportem. M.in. od wielu lat jesteśmy głównym sponsorem siatkarskiej drużyny Astra Nowa Sól, która od 2022 roku występuje w 1. lidze, a w tym sezonie awansowała do fazy play-off.

R: Bardzo miło jest słyszeć, gdy firma dba nie tylko o rozwój pod względem technologicznym, ale też zwraca uwagę na kwestie społeczne czy środowiskowe. Życzymy Państwu wielu kolejnych lat pełnych sukcesów rynkowych w Polsce i poza nią.

J.S: Bardzo dziękuję i mam nadzieję na podtrzymanie dotychczasowych, partnerskich relacji także z firmą Koenig & Bauer jako producentem i dostawcą najwyższej klasy sprzętu poligraficznego.

Koenig & Bauer wyłania zwycięzce i przekazuje nagrodę Green Dot Award 2024 podczas targów drupa

Firma Koenig & Bauer podczas uroczystego wydarzenia na targach drupa 31 maja 2024 roku po raz kolejny wręczyła nagrodę Green Dot Award. Tegorocznym zwycięzcą został Richard Lim, COO Hung Hing Printing Group (Hongkong). José Luis Bezaury, CEO Litoplas Packaging (Meksyk) i David Hsieh, Prezes Max Fame Group (miasto Dongguan, Chiny). Dr Andreas Pleßke, CEO firmy Koenig & Bauer, postrzega wiele przykładów najlepszych praktyk jako dowód na to, że „nie ma konfliktu interesów między zrównoważonym rozwojem, a rentownością w branży poligraficznej. Kwestia zrównoważonego rozwoju staje się coraz ważniejsza dla naszych klientów na całym świecie. Dzięki nagrodzie Green Dot Award chcemy dalej promować ten rozwój”.

Wiodący przykład dla bardziej zrównoważonego rozwoju

Firma Koenig & Bauer wspiera swoich klientów w działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju, oferując różne ekologiczne komponenty oraz energo- i zasobooszczędne rozwiązania techniczne. Przyznając nagrodę Green Dot Award, Koenig & Bauer honoruje liderów, którzy dzięki wybitnym pomysłom i ogromnemu zaangażowaniu wnieśli innowacyjny wkład w zrównoważony druk. Zwycięzca Green Dot Award otrzymuje 10 000 euro nagrody pieniężnej oraz kolejne 10 000 euro, które zostaną przekazane na wybrany przez niego projekt zrównoważonego rozwoju.

Wieloetapowy proces selekcji do nagrody Green Dot Award

Eksperti ds. sprzedaży firmy Koenig & Bauer z całego świata zostali poproszeni o przesłanie przykładów najlepszych praktyk innowacyjnych projektów zrównoważonego rozwoju realizowanych przez wizjonerskich liderów. Zgłoszone propozycje zostały ocenione według kryteriów stopnia innowacyjności i efektu mnożnikowego. Ostateczna decyzja o przyznaniu nagrody z grona top 3 została podjęta w drodze anonimowego głosowania online przez menedżerów firmy Koenig & Bauer na całym świecie.

Richard Lim, COO Hung Hing Printing Group (Hongkong)

W ramach „Podróży do dekarbonizacji” Hung Hing Printing Group, jeden z wiodących dostawców rozwiązań druku w Azji, koncentruje się na wytwarzaniu własnej energii elektrycznej z systemów fotowoltaicznych i elektryfikacji. Zrównoważone materiały i procesy, efektywne zarządzanie odpadami i redukcja emisji są kolejnymi istotnymi czynnikami w firmie. Ślad węglowy produktów drukowanych jest integralną częścią procesu wyceny. W ramach zaangażowania społecznego firmy pracownicy są uważliwiani na zachowania przyjazne dla środowiska.

José Luis Bezaury, CEO Litoplas Packaging (Meksyk)

Meksykańska firma poligraficzna, która specjalizuje się w druku opakowań i etykiet oraz posiada liczne certyfikaty, jest uczestnikiem inicjatywy ONZ Global Compact i postrzega zrównoważony rozwój jako element swojego dążenia do doskonałości jakości. Ponadto poprawie podlega rentowność i wizerunek marki. Oprócz oszczędzania zasobów dzięki stosowaniu przyjaznych dla środowiska materiałów i procesów nacisk kładziony jest na zmniejszenie ilości odpadów papierowych i emisji.

David Hsieh, Prezes Max Fame Group (Dongguan City, Chiny)

Max Fame Group specjalizuje się w wysokiej jakości produkcji zrównoważonych opakowań i posiada drukarnie w Chinach, Wietnamie i Tajlandii, a także centrum logistyczne i testowe w Wielkiej Brytanii,. Dzięki własnemu wytwarzaniu energii z systemów fotowoltaicznych, energooszczędnej technologii maszynowej, przyjaznym dla klimatu rozwiązaniom transportowym, inteligentnej cyfryzacji oraz zrównoważonym materiałom i procesom, firma aktywnie chroni środowisko i klimat. Ślad węglowy jest konsekwentnie określany dla opakowań drukowanych.

Royalpack: rozwiązania Koenig & Bauer bazą dla wdrożenia produkcji opakowań z tektury litej



Drukarnia Royalpack ze Słonego k. Zielonej Góry od wielu lat specjalizuje się w produkcji opakowań z tektury falistej, wytwarza też sam surowiec. W ubiegłym roku, w odpowiedzi na zapotrzebowanie rynkowe i liczne zapytania – także ze strony obecnych klientów – zainicjowała nowy, strategiczny ruch w swojej działalności: uruchomienie produkcji opakowań jednostkowych z tektury litej. Podobnie jak w przypadku dotychczas realizowanego asortymentu, firma bazuje tu na formacie B0+ i maszynie drukującej Koenig & Bauer Rapida 164-6+L ALV3. Jednak w kontekście dalszej obróbki i formowania opakowań, niezbędne były nowe inwestycje – w efekcie w przeciągu zaledwie kilku tygodni jej park sprzętowy został wzbogacony o dwa rozwiązania wielkoformatowe: sztancę Ipress 145 L PRO i składarko-sklejarkę Omega Ipress 110. Oba – podobnie jak maszyna – zostały dostarczone przez Koenig & Bauer, która stała się tym samym strategicznym dostawcą przy realizacji nowego projektu inwestycyjnego Royalpack. O planach z tym związanych, o swoich spostrzeżeniach i prognozach względem rynku opakowań tekturowych jak też o dotychczasowej współpracy z Koenig & Bauer mówią Andrzej Tatar i Piotr Tatar – współwłaściciele Royalpack.

Redakcja: Przez wiele lat marka Royalpack kojarzona była z produkcją opakowań z tektury falistej, wzbogaconą z czasem o wytwarzanie i konfekcjonowanie samego surowca. Co wpłynęło na Państwa decyzję o wejściu w zupełnie nowy segment – opakowań z tektury litej?

Andrzej Tatar: Przede wszystkim zmiany rynkowe i oczekiwania klientów, którzy coraz częściej zaczęli zgłaszać zapotrzebowanie na tego typu asortyment. Dotyczy to zwłaszcza marek spożywczych, które obsługujemy, również spoza Polski, a warto podkreślić, że udział eksportu w naszym wolumenie sprzedaży systematycznie rośnie.

Piotr Tatar: Dużym atutem przy podejmowaniu decyzji o wejściu w ten nowy dla nas segment było posiadanie własnej produkcji podłoża oraz wielkoformatowej maszyny drukującej, na której – poza dotychczasową produkcją z udziałem tektury falistej – moglibyśmy realizować także nowe zlecenia na opakowania jednostkowe. Pozostawała kwestia dalszej obróbki zadrukowanych arkuszy, więc niezbędne były inwestycje w rozwiązania analogiczne formatowo do maszyny Rapida 164, umożliwiające sztancowanie i formowanie opakowań.

R.: Tempo realizacji całego projektu było, jak na obecne warunki, błyskawiczne. Jak to się Państwu udało?

P.T.: Zgadza się i tu wielkie podziękowania i ukłon w stronę naszego partnera i dostawcy – firmy Koenig & Bauer. Sztancę wielkoformatową Ipress 145 K PRO zakontraktowaliśmy w lipcu ub. r., niewiele później zapadła decyzja o zakupie składarko-sklejarki Omega Ipress 110, a obie maszyny technicy Koenig & Bauer (CEE) zainstalowali w 1. kwartale tego roku, co pozwoliło sprawnie ruszyć z produkcją.

R.: Kim są odbiorcy tego asortymentu w Państwa przypadku? Czy są nimi dotychczasowi odbiorcy opakowań z tektury falistej, czy też szukacie Państwo zupełnie nowych rynków zbytu?

P.T.: Projekt rozwija się zgodnie z planem i w zakładanym tempie, m.in. dzięki już posiadanej bazie klientów, z których część zgłasza zapotrzebowanie na oba rodzaje opakowań: zbiorcze z tektury falistej i jednostkowe z tektury litej. To – jak wspomnieliśmy wcześniej – głównie firmy z rynku spożywczego, ale nie tylko. Obecnie bardzo mocno penetrujemy przede wszystkim rynki zagraniczne, zwłaszcza niemiecki, gdzie mamy partnera, z którym wspólnie realizowana jest sprzedaż. Nasz park sprzętowy w formacie B0+ okazał się tu dużym atutem.

R.: Co zdecydowało o zakupie obu maszyn z segmentu postpress z portfolio Koenig & Bauer?

A.T.: Przede wszystkim bardzo dobre doświadczenia z maszyną drukującą Rapida 164, która pracuje u nas od 2020 roku i która była stymulatorem naszych wzrostów w minionych latach. Ale chyba w jeszcze większym stopniu – relacje personalne z przedstawicielami Koenig & Bauer (CEE), m.in. z panem Michałem Drożdżem, który jest naszym opiekunem handlowym. Na uwagę zasługuje też profesjonalna obsługa posprzedażowa, serwisowa Koenig & Bauer (CEE), która jest gwarantem stabilnego, niezawodnego działania maszyn.

P.T.: Stawiamy zawsze na sprawdzonych partnerów, a Koenig & Bauer okazał się takim już przy pierwszym wdrożeniu wspomnianej maszyny Rapida. Dodatkowym atutem jest bliskość fabryki maszyn w Radebeul, więc czas oczekiwania na ich elementy czy części zamienne jest bardzo krótki. W kontekście nowych maszyn do postpressu zdecydowała również lokalizacja zakładów produkcyjnych wytwarzających sztance i składarko-sklejarki. Oba znajdują się w Europie, co ułatwiło zarówno sprawne przeprowadzenie testów i usprawniło proces logistyczny ich dostawy i zainstalowania.

R.: Ostatnie lata nie należą do łatwych także dla przedsiębiorców z branży poligraficznej. Jak to wygląda w Państwa przypadku?

P.T.: Realizowane przez nas inwestycje potwierdzają, że na tle problemów, z jakimi od kilku lat boryka się cały świat, branża opakowań ma się relatywnie dobrze. W kontekście tektury falistej, która stanowi i wciąż jeszcze długo stanowić będzie podstawę naszego portfolio produktowego, trafiliśmy tu na okres prosperity rynku e-commerce. Co ciekawe, wzrosty te nie wyhamowały – ludzie zaczęli więcej kupować zdalnie w latach 2020-2021 i te nawyki pozostały. Także na opakowania jednostkowe, szczególnie dla produktów spożywczych, był i wciąż jest duży popyt. Po 2. kwartale bieżącego roku notujemy wyraźne odbicie, które widzimy też w naszych obrotach i realizowanym wolumenie produkcji.

R.: Tektura lita to relatywnie nowy segment Państwa działalności i jej udział w obrotach Royalpack z pewnością będzie rósł systematycznie – jaki procent wolumenu docelowo tu Państwo zakładacie?

A.T.: Szacujemy, że wyniesie on ok. 15% naszych przychodów ze sprzedaży. Ale też, że dynamika wzrostów w tym przypadku będzie relatywnie duża. Wskazują na to zarówno nasze wewnętrzne prognozy, jak też dane docierające z rynku. Widać wyraźnie dźwignięcie na rynku opakowań jednostkowych, konsumenckich, zarówno w Polsce jak i poza nią. Tu bardzo liczymy na rynek niemiecki który już dzisiaj generuje ok. 20% naszych obrotów.

R.: Zleceniodawcy, zwłaszcza właściciele marek, przykładają coraz większą wagę do kwestii zrównoważonego rozwoju, także w odniesieniu do swoich dostawców, m.in. opakowań. Czy odczuwacie Państwo swego rodzaju „eko-presję”?

P.T.: Tak, ale odbieramy to w pozytywny sposób i od lat jesteśmy do tego przygotowani. Co więcej, wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom rynkowym m.in. w postaci linii produktów proekologicznych - Natura Line. Składają się na nią dwie marki, skierowane do firm działających zgodnie z ideami zrównoważonego rozwoju oraz z myślą o budowaniu świadomości ekologicznej wśród konsumentów. Pierwsza to Sila Line – opakowania bazujące na brązowej tekturze typu testliner. Druga to Grass Liner – tektura

z papierów niepowlekanych, do produkcji której wykorzystywane są włókna trawy. Oba cieszą się rosnącym zainteresowaniem wśród naszych klientów, m.in. z uwagi na coraz bardziej restrykcyjne przepisy unijne. Siłą rzeczy kwestie „eko” pojawiają się niemal w każdej rozmowie z klientem, zarówno polskim jak i zagranicznym. Padają pytania m.in. o posiadane certyfikaty, poziom generowanego śladu węglowego czy też zgodność działań z dyrektywą w sprawie ESG.

R.: W jaki sposób promujecie Państwo markę Royalpack i swoje rozwiązania, przede wszystkim na rynkach zagranicznych?

A.T.: Niedawno cała nasza drukarnia przeszła gruntowną reorganizację, m.in. w związku ze stale rosnącym zatrudnieniem (obecnie pracuje u nas na stałe ok. 160 osób) oraz realizowanymi inwestycjami i wejściem na nowy, niezwykle wymagający segment opakowań jednostkowych z tektury litej. Wspomniana reorganizacja uwzględniała także dział sprzedaży, w tym przedstawicieli handlowych w różnych krajach Europy. Powołaliśmy też do życia dział marketingu, którego praca zaowocowała nową odsłoną marki Royalpack (m.in. w postaci bardziej nowoczesnego, ale też nawiązującego do naszych korzeni, logo) czy nową stroną internetową. Jest ona dostępna w trzech wersjach językowych – polskiej, angielskiej i niemieckiej, właśnie z uwagi na działania sprzedażowe poza Polską. Ale na tym nie poprzestajemy. Już mamy zarezerwowane stoisko na tegorocznych targach Fachpack, chcemy też zaistnieć na sympozjach FEFCO. Bacznie śledzimy też wydarzenia skierowane do naszych klientów docelowych m.in. z branży spożywczej. Mamy nadzieję, że wszystkie te działania będą procentować w przyszłości.

R.: Royalpack działa pod obecną marką od 2009 roku, więc obchodzicie Państwo 15-lecie istnienia. Jak oceniacie rynek opakowań z perspektywy tych lat i czy obrany wówczas kierunek był optymalny?

A.T.: Przed założeniem firmy Royalpack, prowadzonej wspólnie z żoną Anną, a obecnie także z synem Piotrem, byłem związany z branżą opakowań już od wielu lat. Miałem więc szansę bacznie mu się przyglądać i podjęta wówczas decyzja była gruntownie przemyślana. Nasz dynamiczny rozwój, realizowane wciąż inwestycje i ekspansja rynkowa, także poza Polską, wskazują, że trafnie zdiagnozowałem potencjał tego segmentu rynkowego. Mimo zawirowań segment, w jakim działamy, cechuje relatywna stabilność. Obecnie, po nienajlepszym – jak chyba u wielu firm – roku 2023, chcemy osiągnąć wynik finansowy na poziomie wcześniejszego tj. 2022 roku.

R.: Dużym atutem Royalpack, jest produkcja tektury we własnym zakresie. Czy tu potencjał również jest rozwijany?

A.T.: Póki co jest on adekwatny do naszych potrzeb. Mając odpowiednie zaplecze sprzętowe i magazynowe, możemy produkować – także z myślą o sprzedaży rynkowej, nie tylko na własne potrzeby, różne rodzaje tektur – 2-, 3- i 4-warstwową. Posiadamy też przekrawacz, więc po wytworzeniu tektury w roli, jest ona docinana do wymaganego formatu. Ten fakt również wpływa na optymalizację – z jednej strony miejsca, z drugiej – samego procesu. Z myślą o bezpieczeństwie i terminowości realizowanej produkcji, staramy się stale utrzymywać wysokie stany magazynowe – ok. 2 tys. rolek. Podsumowując, posiadanie dostępu do niezbędnego podłoża „od ręki” to z pewnością duży atut, także pod względem kosztów i ich kontroli oraz przewidywalności.

R.: Gdzie jeszcze widzicie Panowie przestrzeń do dalszego rozwoju swojego biznesu?

P.T.: Z uwagi na zrealizowane inwestycje i wejście w nowy segment z pewnością musimy przemyśleć się do zwiększenia powierzchni produkcyjno-magazynowej. Udało nam się nabyć przylegającą do obecnej, nową działkę o powierzchni 2 ha. Tu powstanie nowa hala, co zwiększy naszą powierzchnię użytkową o ok. 11-12 tys. m². To da większą przestrzeń i pozwoli w pewien sposób uporządkować produkcję, także z uwzględnieniem dwóch – na dzień dzisiejszy – obszarów: tektury falistej oraz litej. W kontekście tej drugiej myślimy o nowych rozwiązaniach opakowaniowych, by stale rozbudowywać naszą ofertę. Mając na uwadze, że większość klientów stanowią odbiorcy z branży spożywczej, bacznie przyglądamy się np. różnym rozwiązaniom barierowym. Kwestie ekologii to kolejny obszar, gdzie możemy znaleźć przewagę nad konkurencją. Mamy zatem nadzieję, że realizowane ostatnio, ale też planowane wciąż kroki staną się przyczynkiem do dalszych wzrostów całej firmy.

R.: Czego Panom serdecznie życzymy i dziękujemy za rozmowę.



Reorganizacja zarządzania w Koenig & Bauer Digital & Webfed

Od 1 czerwca 2024 r. firma Koenig & Bauer Digital & Webfed AG & Co. KG ogłosiła zmiany na szczeblach zarządzających. Philipp Zimmermann zastąpi Christopha Müllera na stanowisku CEO Digital & Webfed i będzie odpowiedzialny za ogólne zarządzanie segmentem, sprzedaż i zarządzanie produktami. U jego boku Markus Dörr przejmie odpowiedzialność za obszary handlowe jako CFO. Markus Dörr był wcześniej odpowiedzialny za finanse spółki zależnej Koenig & Bauer Industrial. Jako CTO, Thomas Potzkai będzie nadal odpowiedzialny za technologię i usługi. Krok ten pozwala koncernowi konsekwentnie dostosowywać swoją strukturę zarządzania do wymogów rynkowych i wzmocnić niezależność segmentów.



Aleksander Matyszczyk objął stanowisko Sales Managera Flexo w strukturach Koenig & Bauer CEE

Z dniem 01 kwietnia 2024 współpracę z firmą Koenig & Bauer CEE rozpoczął Aleksander Matyszczyk, który objął stanowisko Sales Flexo Managera. Będzie on odpowiedzialny za sprzedaż maszyn CI Flexo oraz Nilpeter./

Aleksander Matyszczyk ma 38 lat i pochodzi z woj. śląskiego. 15 lat temu rozpoczął przygodę zawodową z poligrafią w firmie zajmującej się produkcją opakowań drukowanych technologią offsetową. Współpracował z klientami końcowymi, właścicielami marek oraz globalnymi graczy na rynku poligraficznym, oferując bezpośrednio rozwiązania związane z drukiem na papierze, kartonie oraz na folii. Doświadczenie zawodowe oraz wykształcenie techniczne zaowocowały podjęciem współpracy z firmą Koenig & Bauer CEE gdzie do jego głównym zadań będzie należał rozwój działu sprzedaży maszyn flexo dla wąskiej jak i szerokiej wstęgi, ściśle współpracując z fabryką w Wurzburgu i z fabryką w Slagelse.

