

# KOOPERATIONEN DIE DRUPA DER ALLIANZEN

Früher oder später erhält jede *drupa* einen Beinamen: die digitale, die Workflow- oder die Inkjet-*drupa*. Einige Kollegen haben die *drupa* 2024 schon mit dem Prädikat «Digitaldruck-*drupa*» versehen. Aber das waren viele andere auch. Da es aber ohnehin keinen offiziellen Beinamen gibt, folge ich meinem Eindruck: Rückblickend war sie für mich die «*drupa* der Allianzen».

Von Klaus-Peter Nicolay

**A**llianzen waren ein viel beachtetes Thema der diesjährigen *drupa* – auch wenn nicht jeder grössere Verkauf oder eine stinknormale Zusammenarbeit beim Vernetzen von Produkten gleich als «strategische Allianz» gefeiert werden muss. Vor allem sind nicht alle Kooperationen so wegweisend, wie es gerne verbreitet wird, sondern folgen oft lediglich dem Bedürfnis, die jeweilige Stärke des Partners zu nutzen. Doch wenn auf eine Ankündigung nichts Sichtbares folgt, verwässert der inflationäre Gebrauch dieses Begriffs die Relevanz der wirklichen Kooperationen, die eine entsprechende Bedeutung für die Branche haben.

Grundsätzlich haben Allianzen, Kooperationen, Partnerschaften oder die Zusammenarbeit von Herstellern bei Produkten, Technologien und Vermarktungs-Strategien für den Markt der grafischen Kommunikation Vorteile auf verschiedenen Seiten. Kombinieren Unternehmen ihre Kompetenzen in gemeinsamen Entwicklungsprojekten, erhalten Kunden üblicherweise neue Lösungen, die das Beste aus den beiden Welten darstellen. Auf der anderen Seite wissen die Hersteller, dass es oft der klügste Weg ist, bei Forschung & Entwicklung die Stärken des jeweils

anderen zu nutzen, um die Ziele bei einer Produktentwicklung oder im Marketing besser oder schneller zu erreichen. Dies gilt ganz besonders dann, wenn das Produkt eine Technik oder Präsenz am Markt erfordert, die der einzelne Anbieter alleine nicht besitzt. Kooperationen müssen sich also nicht nur auf Technologie beschränken und sind oft auch länderübergreifend.

## Zusammenarbeit quer durch alle Bereiche

Auf der *drupa* 2024 gab es während der Messelaufzeit auffallend viele Allianzen und ähnliche Initiativen. Es waren aber auch die Früchte aus früheren Ankündigungen und Joint Ventures erstmals zu sehen.

Vor allem Vertriebs-Allianzen könnten für das Wachstum von Unternehmen von Bedeutung sein, wenn von den grossen Netzwerken der jeweiligen Partner profitiert werden kann.

■ So kündigten *Heidelberg* und *Canon* am Tag vor Messebeginn eine Vertriebs-Allianz an, um die Inkjet-Bogendruckmaschinen *Canon varioPrint iX3200* und die neu vorgestellte B2-Maschine *varioPress iV7* (frühestens ab 2025 lieferbar) zu vermarkten. *Heidelberg* wird die Maschinen als *Jet-fire 50* und *75* anbieten. Auf diese Weise kann *Heidelberg* seine Präsenz auf dem Offsetmarkt

nutzen, um Kunden zu erreichen, die die Tintenstrahldrucker von *Canon* bisher nicht in Betracht gezogen haben. Davon können beide profitieren (siehe auch Seite 44).

■ *HP* kündigte eine globale Partnerschaft mit der australischen *Canva Inc.* an, eine Grafikdesign-Plattform für das Erstellen visueller Inhalte. Das 2013 gegründete Unternehmen *Canva* hat mehr als 185 Millionen monatliche Nutzer und ermöglicht seit dem Start von *Canva Print* im Jahr 2017 neben der Gestaltung auch den Druck von Standard-drucksachen wie Akzidenzen, individualisierte Printobjekte und Kleidung und will seinen Druckservice bis 2026 auf 150 Länder ausweiten. Eingesetzt wird *HPs PrintOs* für die Automatisierung von Produktions- und Versandprozessen, die Zusammenarbeit umfasst aber auch die Bereiche *HP Industrial Print* und *Large Format*.

■ Das seit längerem bekannte Joint Venture *Koenig & Bauer Durst* hat erstmals seine *VariJet 106* der breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Es ist eine nach industriellen Massstäben arbeitende digitale B1-Inkjet-Druckmaschine im One-Pass-Druck für hochvolumige Faltschachtel-Anwendungen.

■ Die *Durst Group* hat wiederum zusammen mit *OMET* auf der *drupa* die *KJet* vorgestellt,

eine hybride Etikettendruckmaschine, die die *Durst*-Inkjet-technologie mit dualen Servo-Flexodruckwerken von *OMET* kombiniert.

■ Ausserdem hat *Koenig & Bauer* eine Vertriebspartnerschaft mit *AHM* angekündigt, um mit dem auf die Entwicklung von Faltschachtelklebemaschinen für den Wellpappen-Markt spezialisierten Hersteller sein Angebot zu komplettieren. Durch den Austausch von Know-how sollen zudem gemeinsame Produktentwicklungen angestrebt und die Vertriebsaktivitäten gestärkt werden.

■ In Zusammenarbeit mit dem Technologieunternehmen *Siemens* entwickelt *Koenig & Bauer* eine Automatisierungsplattform, zu deren Funktionen Kundenbetreuung, After-Sales-Service, vorausschauende Wartung und Maschinenzustandsüberwachung gehören.

■ Und auch mit *Google* gibt es eine Partnerschaft, die *Koenig & Bauer* für seine Anwendungen im Bereich der Künstlichen Intelligenz nutzt.

■ *Bobst* baut seine Zusammenarbeit mit *Microsoft* aus, um Cloud-basierte Softwarelösungen anbieten zu können. Ausserdem wurde eine Partnerschaft mit *Packitoo* geschlossen, einem französischen Unternehmen, das digitale Lösungen für Verpackungen entwickelt.

■ *Landa* ging auf der Messe eine Kooperation mit *Gelato* ein. *GelatoConnect* ist eine Softwareplattform für die Abwicklung von On-Demand-Digitaldruckaufträgen in kleinen bis mittleren Auflagen, die für Aufträge im *Landa*-Kundennetzwerk sorgen soll.

■ Die Dresdner *KAMA GmbH* und *Tresu A/S*, dänischer Anbieter von Flexodruck- und Beschichtungstechnologie, wollen bei der neu entwickelten *KAMA Hammerhead 76/106* für die digitale Veredelung eine Beschichtungseinheit von *Tresu* integrieren, um das Anwendungsspektrum zu erweitern. Zu den Applikationen digitaler UV-Spotlack und digitale Folienveredelung kommen mit der *Tresu iCoat II* konventionelle Beschichtungsoptionen hinzu.

■ *Obility* und *impressed* haben am zweiten Messetag in Düsseldorf eine Technologiepartnerschaft beschlossen. *Obility* fokussiert sich mit dem gleichnami-

gen MIS/ERP-System auf das Auftragsmanagement, *impressed* mit seinem Workflow-Server *IWS* auf die Produktionsprozesse. Miteinander integriert, decken die beiden Lösungen die gesamte Wertschöpfungskette von Druckbetrieben ab.

■ Die ersten Gespräche liefen auf der *drupa*, jetzt melden *impressed* und *Omikai*, dass die Kooperation steht. Das schwedische Unternehmen entwickelt das gleichnamige MIS für die Druck- und Verpackungsindustrie. Neben den klassischen MIS-Funktionen sind Analyse- und Business Intelligence-Optionen ein Schwerpunkt des Systems. Ziel der Kooperation ist die Integration von *Omikai* mit dem *impressed Workflow Server*, der PDF-Workflow-Lösung für Druckereien.

■ Neben den zahlreichen am Stand vertretenen Weiterverarbeitungspartnern gab *Fujifilm* im Messerverlauf weitere Partnerschaft mit *IST Metz* zur Produk-

tion von *SMARTcure*, einem KI-basierten Assistenten zur Verwendung mit dem LED-UV-Härtungssystem *LuXtreme* von *Fujifilm* bekannt, mit *XMPie* zur Belieferung des europäischen Druckmarktes mit Lösungen für variable Daten, mit *IGEPA Belux* zur Ausweitung des Vertriebs der *Acuity Prime* auf Belgien und Luxemburg sowie mit *ColorBase* zur Profilierung von Bedruckstoffen auf Grossformatmaschinen.

■ Im Sinne einer Zusammenarbeit stellte *Konica Minolta* auf seinem Stand Platz für Produkte von Partnern zur Verfügung: *Industrial Inkjet Ltd.* (Inkjet-Individualisierung), *Plockmatic* (Finishing), *Valiani* (Schneidemaschinen und Flachbettplotter), *SEI* (Lasertechnologie) und *MTEX NS* (Digitaldruck für Wellpappenverpackungen).

■ *EFI* hob die *Nozomi*, die Single-Pass-Direktdruckmaschine für Wellpappe, durch die Kooperation mit *Packsizes* auf ein neues

Niveau. Die *Nozomi XS*, die in Zusammenarbeit mit *Packsizes* entwickelt wurde, stellt für jedes Produkt einen Karton in der richtigen Grösse her. Die massgeschneiderten Kartons optimieren den Platzbedarf und führen zu 40% weniger Karton, 60% weniger Füllmaterial und 26% weniger Wellpappenmaterial sowie Einsparungen bei Material- und Versandkosten.

#### Kollaborative Partnerschaft

Eines darf dabei nicht vergessen werden: Bei der Umsetzung der Vision Smart Factory, bei Vernetzung und Automatisierung geht es nicht ohne kollaborative Partnerschaften. Ein effizienter, durchgängiger Workflow von der Auftragserfassung bis hin zur Auslieferung wird immer wichtiger – und den kann kaum ein Hersteller der Druckindustrie allein gestalten.



**graphax**

**leadprint**  
web-to-print solutions

**Lead-Print - Ihr erfolgreicher Einstieg ins Online-Geschäft**

**Testen Sie unseren Demo-Shop**

**[www.graphax.ch/leadprint](http://www.graphax.ch/leadprint)**