

Interview mit Kathrin Buhl, Sales Director EMEA bei Kornit Digital Europe Ratingen

Textildruck der nächsten Generation

Im Rahmen der Kornit Innovation Days in Düsseldorf hat das Unternehmen den Teilnehmern nicht nur die Gelegenheit geboten, sich über die neuesten Technologien zu informieren, sondern darüber hinaus auf Basis ausgewählter Fachbeiträge ein tieferes Verständnis für das Potenzial der On-demand-Textilproduktion zu gewinnen. Wir sprachen mit Kathrin Buhl, Sales Director EMEA bei Kornit Digital Europe, darüber, wie Covid-19 die Digitalisierung unerwartet schnell vorangetrieben hat, über Kornits Visionen in puncto Automatisierung und Nachhaltigkeit und den konsequenten Weg zur End-to-End-Solution im Textildruck auf Basis von KornitX.

Welche Auswirkungen hatte Covid-19 und die damit einhergehenden Einschränkungen auf Kornit?

Trotz aller Schwierigkeiten durch zahlreiche Lockdowns war 2021 ein überaus erfolgreiches Jahr für uns. Wir zählen ganz klar zu einem der wenigen Profiteure der Coronakrise. Dies liegt vor allem darin begründet, dass wir uns seit geraumer Zeit intensiv mit den Megatrends – Individualisierung, Sustainability, Retail-Meltdown und E-Commerce – auseinandergesetzt haben und für diese Bedürfnisse maßgeschneiderte Lösungen entwickelt haben, die unseren Kunden dabei helfen, den sich immer schneller verändernden Bedürfnissen des Marktes gerecht zu werden. Daher kam für Kornit der Erfolg auch nicht sehr überraschend. Einzig und allein die Beschleunigung, mit der diese



Kathrin Buhl, Sales Director EMEA bei Kornit Digital Europe

Trends plötzlich Fahrt aufgenommen haben, war so rasant, dass mit diesem Tempo wohl niemand gerechnet hat. Covid-19 war hierbei ein wesentlicher Impulsgeber, der viele Unternehmen dazu gezwungen hat, die Digitalisierung in ihren Unternehmen in aller Konsequenz voranzutreiben. Es ist nicht abzusehen, dass diese Entwicklung wieder abflachen wird, sondern wir sehen diese Entwicklungen seit gut einem Jahr kontinuierlich bestätigt. Die Nachfrage bleibt konstant hoch.

Durch Corona wurden mit einem Mal Trends, die sich für die kommenden Jahre abzeichneten, so intensiv gepusht, dass wir mit unserer strategischen Fokussierung auf eben diese Kernthemen vielen in der Branche weit voraus waren. Mit einem Mal wurde nach Digitaldrucklösungen und einem leistungsstarken Workflow gesucht, der sämtlichen Bedürfnissen des digitalen Textildrucks gerecht wird und somit einen enormen Bedarf für unser Lösungsportfolio generiert. Daher bin ich überaus froh, dass sich die Trends gemäß unseren Erwartungen entwickelt haben und es sich gezeigt hat, dass alles, was wir in R&D und unsere strategische Ausrichtung investiert haben, genau der richtige Weg war – eine unternehmerische Weit-

sicht, die uns in dieser Zeit unschätzbar unterstützt und beflügelt hat.

Viele Digitaldruckmaschinenhersteller haben nach wie vor mit Lieferschwierigkeiten hinsichtlich ihrer Verbrauchsmaterialien oder von Ersatzteilen zu kämpfen. Spüren Sie diese Herausforderung ebenfalls?

Nein, hinsichtlich der erforderlichen Tinten und Ersatzteile bestehen bei uns keinerlei Lieferschwierigkeiten. Die erforderlichen Rohstoffe sind allesamt verfügbar und wir produzieren alle wesentlichen Komponenten selbst. Dies gilt auch für unsere Tinten, die in unserem eigenen Tintenwerk in Israel hergestellt werden. Einzig und allein bei den neuen Maschinen gibt es einige wenige Komponenten, bei denen es minimale Lieferschwierigkeiten gab, so dass wir ein wenig in Verzug geraten sind. Wir reden hierbei jedoch von einem Zeitraum von maximal ein bis zwei Monaten – also kein Vergleich zu dem, was viele Kunden anderer Hersteller in den letzten Monaten erlebt haben. Dadurch, dass bei Kornit alles aus einer Hand ist, lässt sich dieser Aspekt relativ gut kontrollieren.

Die Lieferschwierigkeiten und die Logistikprobleme der großen Brands und der Textilproduzierenden Unternehmen hingegen haben unserem Geschäft jedoch einen enormen Auftrieb verliehen. Viele überdenken ihre Wege, wie sie produzieren und suchen nach Lösungen, wie ihr Geschäft kalkulierbar bleibt.

Wie kommt Kornit dabei ins Spiel?

Unsere Lösungen sind mittlerweile so ausgereift, dass wir nun auch über das Potenzial verfügen, uns auf andere Geschäftsbereiche auszuweiten. Ursprünglich zählten in erster Linie die Druckereien zu unseren Kunden, die ihr Geschäft im Textildruck ein wenig mit dem Onlineverkauf und ein wenig Fullfillment betrieben haben. Durch die globale Pandemie ist jedoch der digitale Textildruck und vor allem die Vernetzung zu einem wichtigen Thema für Brands und Fashion worden. Insbesondere das Retailgeschäft stand dabei

stark im Mittelpunkt. Auch die großen Marken mussten sich der Frage stellen, inwieweit es überhaupt noch Sinn macht, die Stores zu füllen. Das Retailgeschäft war bereits im Vorfeld nur sehr schwer kalkulierbar, doch unter heute geltenden Gesichtspunkten lässt sich dieser Markt eigentlich nicht mehr seriös abschätzen.

Ich höre von zahlreichen Kunden, dass die Baumwollpreise und die Logistikkpreise gestiegen sind und die Lieferfähigkeit gerade im Weihnachtsgeschäft ein enormes Problem darstellte. Daher müssen aktuell insbesondere die Brands überlegen, wie sie ihre Lieferketten verkürzt bekommen, wie sie ihr Geschäft kalkulierbar aufstellen und wie sie ihre Produkte schnell zum Kunden bringen können. All diese Überlegungen sind ein wichtiges Kernthema, das ebenfalls in unserem KornitX-Workflow berücksichtigt wurde. Die derzeit drängenden Fragen bestehen darin, wie sich die Produzenten und die Fullfiller mit den Brands vernetzen können, damit sie über die erforderliche Planungssicherheit verfügen, um im jeweiligen Land schnell auf den individuellen Kundenbedarf reagieren zu können. Die Strategie von Kornit besteht darin, nicht die Brands mit unseren Maschinen auszurüsten, sondern sie vielmehr in unser Netzwerk mit einzubinden und ihnen zu zeigen, was eine konsequent durchdachte Digitalisierung in der Praxis bedeuten kann.

Natürlich setzt man ein derart vielfältiges Konzept nicht innerhalb eines Jahres um. Es gibt auch unter Brands Visionäre, die sich sehr intensiv mit der Digitalisierung ihrer Prozesse beschäftigen, und es gibt Brands, die nach wie vor nicht die Notwendigkeit dafür erkannt haben. Wichtig ist für mich zu

betonen, dass beim digitalen Textildruck niemand von Ersatz, sondern vielmehr von einer Ergänzung spricht. Die Unternehmen müssen lernen zu erkennen, ab wann sich welche Produktionsweise für sie rechnet. Mit KornitX offerieren wir unseren Kunden eine lückenlose End-to-End-Lösung, die vom Verkauf, von der Katalogproduktion über die eigentliche Textildruckproduktion bis hin zum Kunden jede einzelne Ebene mit berücksichtigt.

Es ist ganz unterschiedlich, wie sich die einzelnen Brands ausrichten: Es gibt Brands, die verfügen über Retailstores, es gibt Brands, die sind überall global vertreten und es gibt Brands, die sich komplett auf den Verkauf über Onlinestores spezialisiert haben. Auch hier muss man sich überlegen, wie und wo zentralisiert man die Produktion? Der Endkunde darf von dieser Frage gar nicht tangiert werden. Wir können den gesamten Prozess von der Abwicklung des Auftrags bis hin zur Auslieferung in KornitX abbilden, und genau diese Bandbreite ist das Interessante für die Brands. Wir decken mit unserer Lösung alles ab, egal ob der Kunde Rollenware offeriert, T-Shirts verkauft, er die Lagerung oder Lieferung digitalisiert abbilden oder Onlineshops bereitstellen möchte: Wir bei Kornit werden all diesen Ansprüchen mit unserem Netzwerk gerecht.

Wir haben bereits einige interessante Projekte realisiert, bei denen wir einen Fullfiller mit einem Brand verbunden haben. Hierbei geht es zum einen darum, dass der Brand die Möglichkeit erhält nearshore zu produzieren und zum anderen die Retailstores on-demand auszustatten. Durch unsere Vernetzung erhält der Brand die Möglichkeit, global zu agieren, aber regional zu produ-

zieren. Die Vorteile liegen hierbei auf der Hand: keine Lagerhaltung und keine unnütze Vernichtung von Textilien mehr. Kornits Ziel ist es, die gesamte Textilindustrie zu revolutionieren, damit es weniger Verschmutzung, kürzere Lieferketten und bessere Arbeitsbedingungen gibt. Wenn Kornit hierbei einen wichtigen Impuls setzen kann, um aufzuzeigen, wie dies ökologischer gehen kann, und die Brands dazu animieren kann, dies auch in der Praxis umzusetzen und sich mit dieser Thematik in aller Tiefe auseinanderzusetzen, dann haben wir viel erreicht.

Das heißt dem Onlinehandel und der On-demand-Produktion gehört in Ihren Augen ganz klar die Zukunft?

Die Lockdowns haben dazu geführt, dass sich auch das Kaufverhalten vieler Endkunden, die bis dato noch nicht so online-affin gewesen sind, gezwungenermaßen verändert hat. Nach dem Ende der Lockdowns strömten natürlich wieder viele Kunden kurzzeitig in die Shops und unsere Kunden generierten plötzlich einen Monat einen geringeren Umsatz. Doch bereits nach einem Monat der „Kauffreiheit“ sind die meisten Kunden wieder zurück in die neu erlernten Gewohnheiten verfallen, denn in den Shops steht einfach nicht mehr die breite Auswahl zur Verfügung, die sie zuvor gewohnt waren. Das „neue“ Kaufverhalten hat sich gefestigt, selbst die ältere Generation, die noch nicht auf den Onlinezug aufgesprungen war, sah sich durch Corona gezwungen, dies nun zu tun, und nachdem sie einmal diese Hürde genommen haben, haben sie die Vorteile, die dadurch für sie entstehen, sehr schnell zu schätzen gelernt.

Ein weiterer Effekt, der durch den vermehrten Onlinehandel entstanden ist, ist dass die zur Verfügung stehenden individualisierten Produkte einen viel schnelleren Bekanntheitsgrad in der breiten Masse erreicht haben und die Hemmschwelle, diese online zu ordern, durch den kontinuierlichen Online-Einkauf deutlich geringer wurde. Fest steht jedoch: Ob individualisierte Produkte, small runs oder kleinere lokale Produktionen – der digitale Textildruck ist ganz klar ein nicht mehr wegzudenkender Baustein des textilen Sektors!

Frau Buhl, wir danken Ihnen vielmals für das interessante Gespräch!



Neben den jüngsten Produktvorstellungen widmen sich die Kornit Innovation Days vor allem den Themen End-to-End-Produktion, neue Einnahmequellen im textilen Sektor sowie einer nachhaltigen Textilproduktion.