

Schlüssel zur agilen Lieferkette

Philip Morris International (PMI) hat sich das klare Ziel gesetzt, eine agile Lieferkette mit einer branchenführenden Reaktionszeit für die Bedürfnisse seiner Kunden zu erstellen mit dem Ehrgeiz, die Markteinführungszeit von vier Monaten auf sieben Tage zu verkürzen.

Von Dieter Finna | Bild: pack.consult

Der Digitaldruck spielt eine Schlüsselrolle beim Erreichen dieses Zieles sowie bei der Beschleunigung der Verfügbarkeit von Verpackungsmaterialien für die Produktion. Im Innovations-Entwicklungszentrum von *PMI* in Neuchâtel, Schweiz, erforscht und testet ein Team unter der Leitung von **ANDREIA FONTES**, Director Printing & Converting, seit fast zwei Jahren den Digitaldruck auf Faltschachteln und wendet ihn in der Praxis an. Im Gespräch erläutert **ANDREIA FONTES** vielfältige Fragen zum Einstieg von *PMI* in den Digitaldruck.

Frau Fontes, warum hat *PMI* diesen Weg der Definition und Implementierung einer internen Digitaldrucklösung selbst beschritten, anstatt sich mit einem Partner in der Druckbranche zusammenzuschliessen?

ANDREIA FONTES: Es war nicht unsere erste Option. Als wir erkannten, wie uns der Digitaldruck helfen könnte, uns bei unserer Vision einer rauchfreien Zukunft zu unterstützen und die Markteinführungszeit von Wochen auf Tage zu verkürzen, setzten wir uns sofort mit unseren Verpackungsdruck-Lieferanten in Verbindung, um zu erfahren, wie schnell wir die Technologie kommerziell verfügbar machen könnten.

Wir erhielten von allen die gleiche Antwort: «Der Digitaldruck hat das Potenzial,

aber es wird einige Zeit dauern, bis die Technologie so weit entwickelt ist, dass sie für grosse Mengen rentabel ist und die Qualitätserwartungen erfüllt.»

Wir sahen aber die Chance und wollten sie unbedingt nutzen. Wir konnten nicht dasitzen und warten – wir haben versucht, die Industrie dazu zu bewegen, ihre Entwicklung voranzutreiben. Aber da die Dinge nicht so schnell voranschritten,

wie wir es brauchten, haben wir beschlossen, es selbst zu tun. Zwei Jahre später sind wir da – wir haben bewiesen, dass es möglich ist, und sind nun einen entscheidenden Schritt voraus.

Nach welchen Auswahlkriterien haben Sie sich für eine Partnerschaft mit Gallus/Heidelberg und der Technologieplattform Labelfire entschieden?

Der Auswahlprozess durchlief zahlreiche Bewertungsstufen: ausgehend von der Verfügbarkeit der Technologie bis zur Fähigkeit, qualitativ hochwertige Verpackungen herzustellen, unter Berücksichtigung der für uns wichtigen Aspekte wie Druckveredelung, Geschwindigkeit, Flexibilität und Kosten.

Wir wussten, dass es keine Lösung gibt, mit der wir unsere Verpackungsmaterialien auf einmal vollständig digital drucken und veredeln können. Für uns war es auch nicht sinnvoll, den Druck von der Veredelung zu trennen. Mit *Gallus/Heidelberg* haben wir uns zusammengetan, weil sie uns eine hybride integrierte Lösung anboten, mit der wir die Defizite bei der Digitalisierung in der Druckveredelung ausgleichen können. Mit anderen Worten: Wir drucken die Farben digital und veredeln unsere Verpackungen im Flexodruck – zumindest so lange, bis diese Funktionen kommerziell rein digital erhältlich sind!



DIE HEISSEN STORIES IM GEDRUCKTEN HEFT

Alles andere stellen wir in den *Druckmarkt impressions* zusammen – als Magazin im PDF-Format. Schnell kostenlos bestellen!

www.druckmarkt.com

Andreia Fontes, Director Printing & Converting bei Philip Morris International im Interview.

Während sich PMI verändert und Verbrauchern rauchfreie Produkte* anbietet, wandelt sich auch ihre Verpackung, um diese neue und aufregende Reise zu bewältigen. Welche Veredelungstechniken sind für Philip Morris entscheidend und welche lassen sich bereits digital umsetzen?

Wir wenden verschiedenste Veredelungsfunktionen bei unseren Verpackungsmaterialien an, die auch heute noch auf herkömmliche Weise hergestellt werden, um genau die Premium-Qualität unserer fertigen Produkte sicherzustellen. Zudem schauen wir uns verschiedene Optionen für die digitale Weiterverarbeitung an, um unseren Portfolio-Anforderungen gerecht zu werden. Dabei konzentrieren wir uns auf Laseranwendungen, haptischen Lack und andere neuartige Technologien, mit denen wir in Zukunft eine vollständig digitale Druck- und Verarbeitungslösung entwickeln können – einschliesslich Stanzen und Prägen.

Im Dezember letzten Jahres wurde eine Laserschneid- und Rillanlage in die Linie integriert, um die digitale Weiterverarbeitung auszuloten. Konnten Sie bereits Einblicke in die Technologie gewinnen?

Wie erwähnt, ist der Laser eine der Technologien, die wir erforschen, und es ist eine perfekte Lösung, um zusätzliche Designeffekte wie ausgeschnittene Formen zu integrieren. Wir sind mit den bisher erzielten Ergebnissen sehr zufrieden und sehen grosses Potenzial für die künftige Anwendung in einer vollständig digitalen End-to-End-Lösung.

PMI hat bekannt gegeben, dass im Laufe dieses Jahres eine digitale Linie in einer ihrer Produktionsstätten installiert wird. Ist die Maschinenausrüstung dafür bereits aufgestellt?

Tatsächlich gab TONY SNYDER, Vice President Product Portfolio Management and



Deployment, im vergangenen Jahr auf der Berliner *Digital Print for Packaging*-Konferenz einen Einblick in unsere Strategie und Ausrichtung. Wir bereiten uns darauf vor, die Produktion von digital bedruckten Verpackungsmaterialien in einem unserer Werke aufzunehmen. Dies ist nicht nur eine grosse Leistung und das Ergebnis aus Leidenschaft, Engagement und harter Arbeit des gesamten Teams, das in den letzten Jahren daran gearbeitet hat, sondern auch ein weiterer Schritt auf unserem Weg, die Art und Weise, wie Premium-Verpackungen produziert werden, zu verändern.

Sie haben diese ehrgeizige Reise alleine angetreten. Können Sie erläutern, ob und wie Sie die Verpackungsdrucker wieder in die Wertschöpfungskette integrieren könnten?

Die Verpackungsdrucker sind nicht aus der Wertschöpfungskette herausgefallen – wir beziehen die meisten unserer

Druckprodukte immer noch von ihnen. Was wir mit Digital machen, ist eine Beschleunigung dessen, was früher oder später eine andere Art des Druckens von Premium-Verpackungen hoher Auflagen sein wird. Wir wollen es früher und deshalb sitzen wir am Steuer und entwickeln es für unsere Produkte.

Angesichts der bisher erreichten hervorragenden Ergebnisse gibt es für uns keinen Weg zurück – der Digitaldruck wird weiterhin eine Schlüsselrolle in unserem Bestreben spielen, die Welt rauchfrei zu machen, und wir wollen, dass er als Alternative zum Tief- und Offsetdruck im Handel erhältlich ist.

*Rauchfreie Produkte ist der Begriff, den PMI verwendet, der sich auf Produkte bezieht, die für Raucher, die auf diese Produkte umsteigen, ein geringeres Schadensrisiko darstellen oder wahrscheinlich darstellen werden oder das Potenzial dazu haben. PMI verfügt über eine Reihe von rauchfreien Produkten in verschiedenen Phasen der Entwicklung, wissenschaftlichen Bewertung und Vermarktung.