

Verpackungsdruck von allen Seiten

«Packaging. Competence. Network.» Etwa 450 Anwender informierten sich am 14. und 15. Mai beim KBA Open House zum Thema Verpackung in Radebeul über Techniken und Neuheiten in der Verpackungsproduktion. Speziell auf die Segmente Lebensmittel, Non-Food, Pharma und Cosmetics ausgerichtete Präsentationen machten den Wert der Veranstaltung aus.

Text und Bilder: KBA

Neben Transport-, Lager- und Dosierungsfunktionen sollen Verpackungen den Konsumenten dazu animieren, eine Kaufentscheidung zu treffen. Form, Optik und Haptik der «stillen Verkäufer» am Point of Sale spielen deshalb eine entscheidende Rolle. Damit ist die Verpackung ein Kommunikationsinstrument, das auch Freude bereiten soll.

Mit dieser Definition erläuterte Keynote-Speaker Thibaud Carlier, EMEA Purchasing Carton & Labels von Procter & Gamble, welche Anforderungen Markenhersteller an die Verpackungsbranche stellen.

Die Sprache der Medien sprechen

Und diese sind mehr als vielfältig. Denn neben diesen Anforderungen erwarten die Verpackungs-Kunden Funktionen wie Produktkompatibilität, Reproduzierbarkeit, Kosteneffizienz, Information über den Inhalt und dessen Schutz, das Erfüllen von Gesetzen und Vorschriften, Umwelt-

freundlichkeit und vieles mehr. Zwar stehen heute eine Unmenge an Kanälen zur Verfügung, um eine Kaufentscheidung zu treffen, doch nur wenige stehen in direktem Zusammenhang mit der Verpackung. Dabei gibt es eine Divergenz zwischen der Rolle der Verpackung im Einzelhandel und beim Käufer.

Nach einer Studie von Pro Carton sind Verkaufsverpackungen die Top-Performer in allen Bereichen. Sie bieten detaillierte Produktinformationen, animieren zum Kauf, sind umweltfreundlich, fördern Wiederholungskäufe, ermutigen zur Weiterempfehlung und zeigen die hohe Qualität des Produkts. Im Bereich Lebensmittel, aber auch bei Reinigungs- und Körperpflegeprodukten, nicht verschreibungspflichtigen Arzneimitteln und Kosmetika erfolgt die Kaufentscheidung oft zu mehr als 50% aufgrund der Verpackung.

Als einziges Medium erreicht die Verpackung zu 100% ihre Zielgruppe und ist damit das Medium mit der

höchsten Aufmerksamkeit. Deshalb sollte sie die Sprache der Medien sprechen, durch Form und Dekoration auffallen, für das Produkt werben sowie nachhaltig sein: erneuerbar, recycelbar, wiederverwendbar. Nachdem erkannt wurde, dass die Verpackung als Medium zu betrachten ist, hat sich allerdings auch die Lebensdauer verkürzt und die Füllmenge verkleinert. Flexibilität ist dabei ein wesentlicher Schlüssel und stellt natürlich auch neue Anforderungen an die Drucktechnik.

Komplett-Service

Zwischen wirtschaftlichen und technischen Themen der modernen Verpackungsproduktion konnten die Besucher bei den folgenden Referaten wählen beziehungsweise zwischen verschiedenen Vortragmodulen wechseln.

Jürgen Veil, Key Account Manager Packaging, sprach beispielsweise unter dem Schlagwort «Xtreme Product Diversity» über das breite Spek-

trum der Inline-Veredelung. Neben bekannten Lackiervarianten ging es dabei um Mehrfachlackierungen mit interessanten Effekten wie dem Mikro-Embossing, das am Nachmittag auch in der Praxis gezeigt wurde. Daneben stellte er das Inline-Stanzen vor und verwies auf die bei KBA bald im Grossformat verfügbare Kaltfolienveredelung.

Um Effektivität und Effizienz ging es im Vortrag von Sascha Fischer, Leiter KBA Complete Services & Key Account Manager Europa. Er stellte KBA-Produkte und Dienstleistungen vor, mit denen auch schon länger produzierende Maschinen noch effektiver betrieben werden können. Auftragsstrukturanalysen, Konfigurations-Checks, Simulationen des Maschinenparks, Nachrüstungen und Upgrades, geprüfte PressConsum-Verbrauchsmaterialien, Performance-Checks und Serviceprogramme tragen nach den Ausführungen Fischers zur Effektivitätserhöhung bei. Die Effizienz wiederum könne durch geschultes Personal, Mess-



Ralf Sammeck, Vorstand Produkthaus Bogenoffset, begrüßte an den beiden Veranstaltungstagen 450 Fachbesucher aus über 40 Ländern bei KBA in Radebeul.



Volles Haus: Zwischen den Druckmaschinen im Kundenzentrum von KBA blieb kaum noch ein freier Platz. Thibaud Carlier, EMEA Purchasing Carton & Labels von Procter & Gamble, hielt den



viel beachteten Einführungsvortrag. Sein Credo: Die Verpackung ist ein eigenständiges Medium und muss folglich auch wie andere Medien behandelt werden.



Jürgen Veil, Key Account Manager Packaging bei KBA, sprach über Kaltfolienveredelung und neue Wege in der Stapellogistik.



Jens Baumann aus dem KBA-Produktmarketing erläuterte die Produktionsabläufe bei Druck und Veredelung von Pharmaverpackungen an einer Rapida 106 mit ColdFoil Micro.



Druckinstrukteur Marcus Söll wurden Parfüm-Verpackungen mit Micro-Embossing-Effekten nahezu aus der Hand gerissen.

und Regeltechnik an den Maschinen, Betriebsdatenerfassung und -auswertung, Produktionsplanung und -kontrolle oder Management-Informationssysteme (MIS) gesteigert werden.

Unter dem Namen KBA Complete Services bietet der Druckmaschinenhersteller Lösungen und Automati-

sierungstechnologien sowie Beratungsleistungen an. Mit dem Ziel, Optimierungspotenziale in den Betrieben auszuschöpfen, arbeitet KBA mit namhaften Technologiepartnern wie etwa Kodak, Optimus, Printplus, MBO, ClimatePartner, IPM, Perfecta, Montex oder auch Müller Martini zusammen.

Flexibel und schnell

«Xtreme Flexibility» war das Thema von Anja Hagedorn aus dem KBA-Produktmarketing. Mit diversen Zusatzpaketen liessen sich die KBA Rapidas zu hoch spezialisierten Produktionsmitteln für die unterschiedlichen Produktionsanforderungen in

den Bereichen Cosmetics, Non-Food, Food oder Pharma ausstatten. Ob «TouchFree Guidance», CX-Paket, «Antistatic Foil» oder «Mikrowelle», die Einsatzbereiche der Maschinen erweitern sich nach Aussage von Anja Hagedorn über die Standard-Parameter hinaus.

Techno-Grafica

HANOSEK QUALITÄT

Seit mehr als 30 Jahren schätzen Kunden weltweit unsere Qualität auf höchstem Niveau.



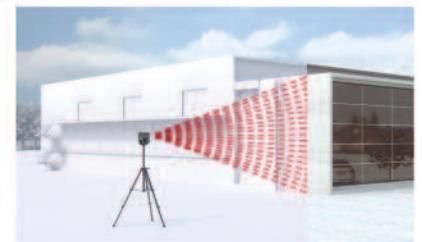
Grafische Systeme

Wir entwickeln und fertigen Systeme und Anlagen für die Grafische Industrie. Im Besonderen für den Bereich Pre-Press des Offsetdruckes. Einzelsysteme bis zu vollautomatisierten Prozesslinien.



Lasersintern

Auch für unsere grafische Industrie. Wir konstruieren und fertigen lasergesinterte Kunststoffteile als Serienteil oder als Prototyp vollständig werkzeuglos. Komplexe Bauteile in kleinen Stückzahlen wirtschaftlich zu produzieren ist unser Ziel.



3D-Laserscan

Auch für unsere grafische Industrie. Wir digitalisieren und dokumentieren Gebäude und Anlagen in den Bereichen Anlagenbau, Reverse Engineering und Architektur.



Chris Travis von KBA North America präsentierte die Nonstop-Stapellogistik an einer Rapida 145 bei voller Maschinenleistung.



Insgesamt fanden die Druckdemonstrationen und die Erläuterungen durch die KBA-Experten grosses Interesse. An einer Rapida 164 wurden Grossverpackungen für Haushaltgeräte produziert.



Veredelungs-Muster mit Micro-Embossing-Effekten boten viel Diskussionsstoff.

Flexibel seien die Rapidas ebenso beim Trocknereinsatz: Von der IR/TL über die UV- bis hin zur IR/TL/UV-Trocknung reicht das Spektrum der VariDry-Trockner und der zugehörigen Lackversorgungssysteme.

Jens Baumann, ebenfalls aus dem KBA-Produktmarketing, nahm das Thema Performance ins Visier. Neben der Geschwindigkeit tragen Qualitätssicherung und Kostenreduzierung durch Prozessautomatisierung dazu bei, dass eine Druckmaschine ordentlich «performs», so Baumann. Mit der Inline-Farbregelung (QualiTronic ColorControl), der Graubalance-Regelung nach System Brunner (Instrument Flight) oder QualiTronic PDF (Inline-PDF-Kontrolle) habe KBA hoch effiziente Mess- und Regelsysteme verfügbar, die teilweise auf dem Markt einmalig seien oder deutliche Vorteile gegenüber anderen Systemen böten.

Automatisierungskomponenten wie Anilox-Loader oder AniSleeve (vollautomatischer Rasterwalzenwechsel), kuppelbare Farbwerke, DriveTronic SRW (Simultaneous Roller Wash), CleanTronic synchro (schnelles Gummituchwaschen mit zwei Waschbalken), DriveTronic SPC (simultaner Plattenwechsel) schaffen nach Aussagen von Jens Baumann Freiräume für einen höheren Output. Aber auch Maschinenerhöhungen und Nonstop- und Logistiksysteme erhöhten die Performance der für ihre Leistungsfähigkeit bekannten Rapidas. Die 20.000 Bogen/h der Rapida 106 erreiche keine andere

Mittelformatmaschine. 17.000 Bogen/h im Grossformat sind ebenfalls ein vor wenigen Jahren noch kaum für möglich gehaltener Spitzenwert. Gerade im auflagenstarken Verpackungsdruck steigerten solche Leistungen die Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens.

Rasante Druckdemos

Bei den Druckdemonstrationen in den Bereichen Food, Non-Food, Cosmetics und Pharma wurden in der Complete-Lounge Vernetzungslösungen, MI-Systeme von Optimus und Echtzeit-BDE-Systeme von Logica vorgestellt.

An einer Sechsfarben-Rapida 145 mit Lackausstattung wurden zum grössten Teil Primärverpackungen produziert. Die Highlights der Druckdemonstrationen lagen bei der Verwendung migrationsarmer Farben, beim Walzenwaschen parallel zum Fortdruck, beim simultanen Lackformwechsel und beim Wechsel der Rasterwalzen während des Fortdrucks. Gezeigt wurde der vollautomatische Nonstop-Betrieb mit Stapellogistik, Inline-PDF-Abgleich und Inline-Farbmessung. Nach der Produktion einer Fastfood-Verpackung auf G-Welle erfolgte ein Job- und Bedruckstoffwechsel auf Karton mit 280 g/m². Dafür waren ein Lackform- und Sleevewechsel, Platten- und Lackwechsel, Gummituchwaschen und das Ausgliedern des ersten sowie das Eingliedern des sechsten Druckwerkes erforderlich. Die

neue Pizza-Verpackung wurde mit voller Leistung von 17.000 Bogen/h gedruckt und das erste Werk ohne Maschinenstopp gewaschen. Nach einem weiteren Jobwechsel folgte noch eine Süswarenverpackung auf GC 2-Karton mit 300 g/m².

Ähnlich rasant verliefen die Jobwechsel bei Non-Food-Verpackungen an einer Sechsfarben-Rapida 164 mit Doppellack. Neben den Matt-Glanz-Veredelungen mit Primer und UV-Lack erfolgte hier ein schneller Lacksortenwechsel. Beim ersten Auftrag handelte es sich um einen Wellpappen-Hocker (ein mit Dispersionslack matt veredelter 350-g/m²-Karton, der anschliessend auf Wellpappe kaschiert wird). Danach produzierte die Maschine im Format 120,5 cm x 164 cm die Verpackung für ein TV-Gerät auf Topliner (210 g/m²). Veredelt wurde mit Primer und UV-Glanzlack.

Veredelungsvielfalt

An einer Sechsfarben-Rapida 106 mit Doppellack-Ausstattung und Kaltfolienmodul KBA ColdFoil SF110 stand die Produktion von Kosmetik- und Luxusverpackungen im Mittelpunkt. Gezeigt wurden Veredelungseffekte mit UV-Glanzlack, Inline-Prägung sowie Kaltfolienveredelung mit ressourcenschonendem Splitting (Aufschneiden der Folienbahn in bis zu fünf Bahnen) sowie Multi Foil Use, wobei die Folienbahn über ein Wendestangensystem mehrfach durch den Druckspalt läuft. Automa-

tischer Lackformwechsel und Inline-Farbregelung ergänzten die Demo. Zudem wurde bei einer Parfümverpackung im zweiten Lackturm der Micro-Embossing-Effekt (Lackprägung) demonstriert.

Non-Food-Verpackungen waren das Thema an der Rapida 75: Mit VariDry UV-Trocknern, hoher Bedruckstoffflexibilität und Inline-Stanzen zeigte die Halbformatmaschine ihre Vielseitigkeit. Zuerst wurde an der um 225 mm erhöhten Maschine eine Fussballverpackung auf transparentes PET mit teilweise Deckweiss, vier Skalensfarben und UV-Lack produziert. Dann folgte ein Auftrag mit Handtags. Neben dem Bedruckstoffwechsel (jetzt 240 g/m² Karton) und vielen anderen Rüstvorgängen erhielt das Lackwerk eine Stanzform, mit der die Motive so gestanzt wurden, dass nur noch Trennschnitte für die Verarbeitung erforderlich sind. Parallel produzierte eine Rapida 106 mit sechs Farbwerken, Lackturm und der Kaltfolieneinrichtung ColdFoil Micro Pharmaverpackungen. Weitere Demo-Schwerpunkte waren schnelle Farbwechsel mit Sonderfarben und Stapellogistik. Unter dem Strich gab KBA einen abwechslungsreichen Einblick in den modernen Verpackungsdruck mit leistungsstarken Techniken sowie ideen- und variantenreichen Produktveredelungen.

» www.kba.com





LARGE FORMAT

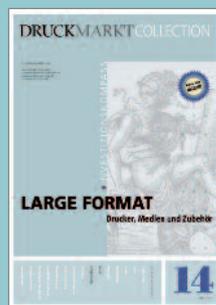
Drucker, Medien und Zubehör

Haben Sie noch den Durchblick bei Large-Format-Druckern, Tinten und Medien? Wenn Sie ehrlich sind: Nein! Eher ist das Thema ein Bereich für Insider, die sich ausschliesslich mit dem Grossformatdruck beschäftigen.

Dies soll der Investitionskompass «Large Format Printing» ändern. In der Broschüre werden die Techniken noch einmal grundlegend erläutert und von verschiedenen Seiten beleuchtet. Dabei werden die Drucktechniken beschrieben, Begrifflichkeiten geklärt, Druckköpfe und deren Auflösungen zueinander in Relation gestellt, die verschiedenen Tintenarten erläutert und die Funktion der Medien dargestellt.

Über 210 Systeme werden in der Marktübersicht anhand ihrer Funktionen für den Einsatz in Druckbetrieben untersucht und erläutert.

Neben einem Glossar zum Thema Large Format Printing bietet das Heft zudem noch ein detailliertes Anbieterverzeichnis der Hersteller und deren Vertriebspartner in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Investitionskompass
Large Format
52 Seiten DIN A4,
davon über 12 Seiten
Marktübersichten sowie
Tabellen, Artikel, Praxis-
berichte, Glossar und
Anbieterverzeichnis.
Zu bestellen im Internet
für:
15,00 € / 18.00 CHF.

