

DUFTLACKE UND DRUCKFARBEN EINE DUFTE DRUPA FÜR LACKE VON FOLLMANN

Erstmals stellte Follmann, der Experte für die Entwicklung und Herstellung von Spezialchemikalien, sein neues Duftbuch vor, demonstrierte am Stand von KBA-Flexotecnica seine wasserbasierten Farben auf flexibler Verpackungsfolie und informierte über Klebstoffe.

Mit Duftlacken, wasserbasierten Druckfarben und Dispersions- und Schmelzklebstoffen bietet Follmann ein Produktsortiment für die Druck- und Verpackungsindustrie an, das das Unternehmen aus Minden in diesem Jahr erstmals auf der drupa präsentierte. »Das Interesse an unseren Produkten und Serviceleistungen war sehr groß«, freut sich Frank-Arnold Schlutter, Vertriebsleiter Mikroverkapselungen bei Follmann. »Besonders gut kam unser neues Duftbuch an, in dem wir zahlreiche Duftlacke anhand der Düfte, Bilder und Duftwirkungen vorstellen, um einen Eindruck über die vielfältigen Duftnoten und Anwendungen zu geben.« Duftlacke spielen eine wichtige Rolle im multisensorischen Marketing, da in der Sinneswahrnehmung direkt Emotionen ausgelöst werden und sich Verbraucher intensiver und länger an das zu duftende Produkt erinnern. Das Interesse der Messebesucher galt jedoch nicht nur den Duftlacken, sondern auch den umweltfreundlichen wasserbasierten Druckfarbensystemen Folco Aquaflex, die speziell für den Flexo- und Tiefdruck auf druckvorbehandelten Kunststofffolien wie PE, PP, PET, PA und OPP entwickelt wurden.



Ein Beispiel aus dem Duftbuch: Popcorn. Diesen Duftlack hatte auch der »Druckmarkt« auf dem Cover der drupa-Ausgabe, Heft 103, eingesetzt (Bild unten). Ein leichtes Streichen über den aufgetragenen Duftlack reicht aus, um die Duftnote zu riechen und emotionale Sinneswahrnehmungen auszulösen.



Am Stand von KBA-Flexotecnica, Partner von Follmann, konnten Besucher live erleben, wie die wasserbasierten Druckfarben in der Praxis eingesetzt werden und sich von der hohen Druckgeschwindigkeit, den brillanten Farbtönen, der optimalen Punktschärfe, der guten Haftung sowie der schnellen Trocknung überzeugen. Aber auch mit leicht zu verarbeitenden und ergiebigen FolcoLit Dispersionsklebstoffen sowie FolcoMelt Schmelzklebstoffen, die zum

Kleben von Papieren, Katalogen, Broschüren und Kartonagen entwickelt wurden, überzeugte Follmann auf der drupa. »Aufgrund der guten Maschinenlaufeigenschaften, der hohen Anfangsfestigkeiten sowie des sparsamen Verbrauchs stellen unsere Klebstoffe eine Alternative zu herkömmlichen Produkten dar«, sagt Thomas Bierwirth, Vertriebsleiter Klebstoffe bei Follmann.

Die rund 640 Follmann-Mitarbeiter erwirtschafteten 2015 weltweit einen Umsatz von 187 Mio. €. Die Produktion, Entwicklung und zentrale Funktionen der Gruppe sind in der Zentrale in Minden zusammengefasst.
› www.follmann.com

Papierfabrik Scheufelen **PREMIUMKARTON PHOENOLUX**

In Kooperation mit den Druckmaschinenherstellern KBA und Manroland Sheetfed stellte die Papierfabrik Scheufelen ihre neueste Entwicklung – den ein- oder zweiseitig gestrichenen Premiumkarton phoenolux – auf der Messe vor. Auf einer Pressekonferenz präsentierten die neuen Anteilseigner des Traditionsunternehmens Dr. Ulrich Scheufelen, der Chairman of the Board Alexander Schaeff und der Managing Director Stefan Radlmayr die künftige Strategie. Scheufelen will seinen Fokus auf die Aktivitäten im grafi-



Auf der drupa stellte Scheufelen seine neue Musterbox »A Perfect Day« vor, die die technischen Eigenschaften von phoenolux sowie seine vielseitigen Einsatzbereiche zeigt.

schen Premiumpapierbereich legen sowie mit der neuen Scheufelen-Marke phoenolux neue Wege im Verpackungsbereich gehen. Auf der drupa stellte Scheufelen auch seine Musterbox »A Perfect Day« vor, die die herausragenden technischen Eigenschaften von phoenolux sowie seine vielseitigen Einsatzbereiche zeigt.
› www.scheufelen.com

Saueressig und Merck **UMSETZUNG DES RGB- DRUCKS**

Die Möglichkeiten steigen und steigen – so lässt sich jetzt auch in RGB drucken. Im RGB-Druck können zum Beispiel Verpackungen mit changierender Strahlkraft realisiert werden. Mit von Merck entwickelten Farbpigmenten ist es möglich, Bilder aus mehreren Farben direkt auf ein schwarzes Substrat zu drucken. Bisher wurde beim Verpackungsdruck ausschließlich auf weißem oder hellem Untergrund gedruckt. Die neue Methode nutzt hochreflektierende Perlglanz-Farben in rot, grün und blau sowie eine silberweiße Farbe. Merck kontaktierte für die Umsetzung des RGB-Drucks die Experten von Saueressig. Bei Tests hat sich gezeigt, dass der Tiefdruck ein ideales System für die Übertragung der Farbpigmente ist. Das Volumen der Nöpfchen kann im Tiefdruck extrem genau auf die verwendete Farbe angepasst werden. Der Effekt beim RGB-Druck ist geheimnisvoll. Das Bild scheint zu schimmern und von innen heraus zu leuchten. Diese Produkte stechen am Point of Sale aus der Masse hervor – eine neue Art, die Dinge zu sehen, die es in dieser Form noch nicht gegeben hat. Die Vorteile der RGB-Farben sind vielfältig: ein größerer Farbraum, eine größere Palette an Farben und Farbsättigungen sowie ein bisher unbekannter Oberflächenglanz.

› www.sgkinc.com
› www.saueressig.com

ICH

BIN

EIN

SCHUB

FÜR

IHREN

ROI

I am the power of print. Wird bei Werbekampagnen für Konsumgüter ein optimaler Medienmix unter erhöhter Beteiligung von Magazinanzeigen eingesetzt, steigt der Return on Investment von 1,64 auf 1,75. Wenn Sie Ihre Ausgaben für gedruckte Werbung optimieren, können Sie Ihren ROI um 17 Prozent steigern. Lesen Sie mehr auf: www.printpower.eu

