

LABEL UND PACKAGING EINE BRÜCKE IN DIE DIGITALE WELT

Eigentlich ist es ziemlich blödsinnig, ständig irgendwelchen Trends hinterherzuhecheln. Denn oft genug entpuppen sie sich bei genauem Hinsehen lediglich als alter Wein in neuen Schläuchen. Das gilt vor allem für längst etablierte Produkte wie etwa Etiketten und Verpackungen, die noch immer längst bekannten Gesetzen folgen und bei denen sich im Höchstfall die vor Jahren bereits erkannten Trends verstärken. Dass die Auflagen kleiner werden, die Verpackungs- und Etikettenversionen auch saisonal bedingt zunehmen, sind eben keine neuen Trends, sondern bereits eine tagtägliche Herausforderung.

So erscheinen die vor der *FachPack* in Nürnberg (24. bis 26. September) und der *LabelExpo* in Brüssel (24. bis 27. September) gepushten Trendthemen allesamt mehr oder weniger an den Haaren herbeigezogen oder allenfalls ein erneuter Aufguss bekannter und bestehender Veränderungen im Markt.

Ja klar, die Messeveranstalter müssen ja etwas tun, um ihr Publikum zu erreichen – vor allem, wenn man nicht in der Lage ist, eine derart krasse Terminüberschneidung zu vermeiden. Denn wenn Etiketten schon zum weiten Feld der Verpackung zählen, müssen so fachnahe Veranstaltungen, die beide einen internationalen Anspruch erheben, nicht zeitgleich stattfinden.

Oder gibt es doch einen Unterschied? Natürlich. Denn analysiert man, was auf der *LabelExpo* abgeht, dann sind es eindeutig Lösungen rund um das Etikett. Und auch wenn auf der *FachPack* noch so viele Hersteller der Druckszene und auch Verbände präsent sind: In Nürnberg geht es zwar auch um Verpackungen, vor allem aber um das Verpacken von Verpackungen.

Aber wenn es schon um Trends gehen muss: Vor allem ein Thema bewegt die Branche zurzeit wie kein zweites – das umweltgerechte Verpacken. Ob es um Lebensmittel, Getränke, Kosmetik oder andere Alltagsprodukte geht – Verbraucher wünschen nachhaltige Verpackungen, die sich auch problemlos recyceln lassen. Neben den Wünschen der Verbraucher sind Hersteller und Handel in Deutschland zudem durch das seit Anfang des Jahres neue Verpackungsgesetz sowie die EU-Plastik-Strategie noch stärker in die Pflicht genommen (siehe auch den Beitrag auf Seite 42).



Bildquelle: Römertum

Verpackungen und ebenso Etiketten sind heute aber längst nicht mehr nur Verpackungen oder Labels. Werden sie zum Beispiel mit einem Smartphone geschickt in Szene gesetzt, dienen sie als Brücke zwischen digitaler und analoger Welt. Und Etiketten erhalten neue Funktionen, die über die klassische Information hinausgeht.

›Smart Packaging‹ heißt dieser Trend in der Werbeszene, bei der einige Unternehmen bereits Pionier-Arbeit geleistet haben. Doch das Experimentieren mit entsprechenden Technologien (üblicherweise Augmented-Reality-Apps) und der Möglichkeit, Verpackung als Brücke zur digitalen Welt zu nutzen, gilt als großer Trend im Handel. Die Technologie ist zwar noch neu und auch hochkomplex, doch ›Smart Packaging‹ wird uns noch eine ganze Weile begleiten und beschäftigen.

Dabei erfüllt die Verpackung längst nicht mehr nur eine reine Schutz- oder Transportfunktion, sondern ist Teil des Produktes geworden und liefert den Konsumenten zusätzlichen Nutzen. So wird die Verpackung von morgen eine sein, die im Dienst der Umwelt und der Verbraucher steht und dabei den ganzen Lebenszyklus im Blick hat. Insofern ist zwar ein Umbruch erkennbar, aber von einem schnellen Umstieg und radikalen Umstellungen sind wir weit entfernt. Denn Markenartikler werden ihre funktionierenden Abpacklinien nicht so schnell ändern.



Ihre Druckmarkt-Redaktion

Klaus-Peter und Julius Nicolay

#SmartPrintShop



DRIVEN BY PRINECT



Mit einem einzigartigen End-to-End-Workflow macht Prinect aus Ihrer Druckerei einen Smart Print Shop. Sie können Touchpoints reduzieren, die Produktivität steigern und Ihr Unternehmen in Echtzeit steuern. Mit Prinect erzielen Sie maximale Margen, sorgen für zufriedene Kunden und profitieren von der digitalisierten Welt. **Simply Smart.**



HEIDELBERG

Heidelberger Druckmaschinen Vertrieb Deutschland GmbH
Gutenbergring, 69168 Wiesloch, Deutschland
Telefon 06222 8267456, heidelberg.com