

Das Etikett im 21. Jahrhundert

Etiketten sind längst mehr als nur Produktaufkleber. Sie weisen nicht nur auf den Inhalt hin, sie vermarkten das Produkt regelrecht. Umso wichtiger ist es, das Design und den Inhalt in Einklang zu bringen. Für Etikettendrucker sind die Anforderungen in den letzten Jahren stark gestiegen – und auch neue Druckverfahren sorgen für ganz neue Möglichkeiten. Pack & Log sprach mit Dr. Karl Ulrich und Dr. Rainer Ulrich von Ulrich Etiketten, eine der führenden Etikettendruckereien Österreichs.

Die Informationen auf einem Etikett werden immer umfangreicher und die Gestaltung immer aufwändiger. Dieser Trend zeichnete sich bereits vor einigen Jahren ab. Hat er sich bestätigt?

Karl Ulrich: Ja. Ein Beispiel sind die verschiedenen Sprachen. Ein Kunde, der sein Produkt in verschiedensprachige Länder exportiert, müsste für jede Sprache ein eigenes Etikett drucken. Ein sehr aufwändiges und kostspieliges Unterfangen. Aus dieser Anforderung heraus haben sich die Multilayeretiketten entwickelt. Ein Multilayeretikett ist nichts anderes als ein mehrschichtiges Etikett. Wie Seiten können die Schichten bedruckt und vom Konsumenten anschließend gelesen werden. Er muss sozusagen nur umblättern. Für jede Sprache eine eigene Seite – Problem gelöst. Immer mehr Kunden entscheiden sich daher für ein Multilayeretikett – Tendenz steigend.

Rainer Ulrich: Die Informationsvermittlung ist sicherlich der Hauptzweck, aber auch als Marketinginstrument ist ein Multilayeretikett geeignet, z.B. Gewinnspiele mittels Rubbelfelder.

Das Design spielt dabei eine wichtige funktionale Rolle, denn man muss dem Konsumenten auf den ersten Blick zeigen, wie er ein Multilayeretikett öffnen und lesen kann.

Neben Multilayeretiketten gibt es auch Bookletetiketten. Auch sie bieten Platz für viel Information. Wo ist der Unterschied und wie sieht ihre Marktentwicklung aus?

Karl Ulrich: Das Prinzip ist ähnlich. Es

handelt sich auch beim Booklet um ein mehrseitig aufgebautes Medium. Hierbei wird in das Etikett ein im Bogendruck produziertes und leprellogefalztes Inlet eingespendet. Der Produktionsvorgang ist allerdings deutlich aufwändiger und damit teurer. Nicht zuletzt aus diesem Grund ist der Booklet-Markt nicht so stark steigend. Und ich möchte anmerken – das ist allerdings meine persönliche Meinung –,

*Das Interview führte
Mag. Gernot Rath*

dass wohl nur wenige Konsumenten die Geduld haben, endlose Leporellos zu lesen. Beim Multilayer ist das deutlich einfacher: Das macht er auf, und damit hat er die notwendige Information.

In welchen Branchen sind diese Arten von Etiketten vertreten?

Karl Ulrich: Besonders stark sind diese Etiketten in der chemischen und der pharmazeutischen Industrie vertreten. Dazu kommen noch diverse Promotionsaktionen – quer durch alle Branchen. Eine Einschränkung von Booklet- und Multilayeretiketten betrifft allerdings die Lebensmittelindustrie. Denn der Gesetzgeber erlaubt nicht, dass die Inhaltsstoffe auf eine Innenseite kommen.

Ein weiterer Trend sind RFID-Etiketten. Sie galten immer wieder als das Wundermittel und dann versanken sie doch immer wieder in der Versenkung. Ein ständiges Auf und Ab. Aber jetzt ...

(Karl Ulrich) ...sind sie tatsächlich stark steigend. Und das nachhaltig, davon bin ich überzeugt. Denn jetzt kann der RFID-Transponder einfach mit dem Etikett aufs Produkt gespendet werden, das macht die Sache doch deutlich billiger. Das Hauptverwendungsgebiet dieser Art



Fotos: Ulrich

von Etiketten liegt im Diebstahlschutz – und hier vor allem bei Lebensmitteln in Supermärkten.

Wir haben jetzt viel über die Anforderungen an das Etikett gesprochen, aber was bedeutet das für die Druckereien?

Karl Ulrich: Allgemein gesehen setzt sich der Trend fort, dass die Auflagen pro Sorte immer kleiner werden, die Sortenvielfalt aber immer mehr zunimmt. Dank des Digitaldrucks ist diese Herausforderung aber jetzt leichter zu bewältigen als früher.

Digitaldruck gibt es im Prinzip auch schon seit längerer Zeit. Ist er jetzt so

➤ **FachPack 2016**

Ulrich Etiketten

Halle	Stand
7	110

Die Auflagen werden immer kleiner, die Sortenvielfalt nimmt immer mehr zu. Dank des Digitaldrucks ist diese Herausforderung aber jetzt leichter zu bewältigen als früher.



Karl Ulrich,
Ulrich Etiketten GesmbH

weit, um entscheidend ins Geschehen einzugreifen?

Rainer Ulrich: Ja, und wir sind im richtigen Moment – 2011 – eingestiegen. Davor gab es doch einige Kinderkrankheiten, aber jetzt sind die Systeme deutlich besser ausgereift. Heute ist der Digitaldruck aus einer modernen Produktion nicht mehr wegzudenken. Man muss sich nur vor Augen führen, welche Mengen an Klischees und Platten früher produziert worden sind und welche Kosten dadurch verursacht wurden. Das fällt beim Digitaldruck weg. Es wird viel weniger Rüstmaterial benötigt.

Das klingt nach digitaler Zukunft. Was

rechtfertigt denn den Offset- und Flexodruck noch?

Karl Ulrich: Die hohen Laufgeschwindigkeiten bei wirklich großen Auflagen. In diesem Zusammenhang auch die Farbkosten, denn Digitaltoner sind vergleichsweise teuer. Und die höheren Farbkosten lassen sich bei kleineren Auflagen eher unterbringen als bei großen.

Rainer Ulrich: Man muss auch anmerken, dass Digitaldruckmaschinen zwar immer schneller werden, aber die Toner nicht billiger. D.h. es können gegenwärtig zwar deutlich höhere Auflagen wirtschaftlich gedruckt werden als noch vor wenigen Jahren, aber die wirklich großen Auflagen

bleiben nach wie vor den analogen Druckverfahren vorbehalten.

Was heißt schnell? Können Sie einen Vergleich geben?

Rainer Ulrich: Eine HP Indigo mit zwei Vierfarbendruckwerken hintereinander ermöglicht schon Geschwindigkeiten von bis zu 60 m/s. Zum Vergleich: Unsere neueste Offsetmaschine läuft mit 100 bis 120 m/s.

Rein von der Geschwindigkeit her ist man mit einer Geschwindigkeit von 60 m/s aber für 80 - 90 % der Aufträge gerüstet.

Wo liegt dann das Problem?

>>

GRAMILLER Verpackungstechnologie präsentiert

**IN IST WER
DRIN IST.**

Club Beef Fiftytwo

www.gramiller.at

**Mehr Innovation.
Mehr Frische.**

Smarte Verpackungstechnik garantiert mehr Produktvielfalt und höchste Effizienz.

Besonders in der Lebensmittelproduktion und -verarbeitung zählen die besten Systeme für Robotic, Tiefziehverpackungsmaschinen, Kartonierer, Shrinkpak, Slicer uvm. GRAMILLER vereint High-End-Beratung und Bestmarken zum unverzichtbaren Frische-Garant in der Branche.

Packen wir es an!

GRAMILLER

Besser abschneiden.

>> *Rainer Ulrich:* Die variablen Kosten pro Etikett für Toner und Verschleißteile sind sehr hoch. Das lassen sich die Hersteller noch gut zahlen. Dadurch rechnen sich große Auflagen oft nicht. Fallen hier die Preise, bin ich überzeugt, dass in unserer Branche wesentlich mehr digital gedruckt wird.

Wie viele Digitaldruckmaschinen laufen bei Ulrich Etiketten und wie hoch ist der Anteil der Aufträge, die digital produziert werden?

Rainer Ulrich: Wir verfügen derzeit über zwei Xeikon und eine HP Indigo. Gerechnet nach der Anzahl der Aufträge sind es rund 40 %. Von der Gesamtmenge der produzierten Etiketten her aber deutlich weniger – rund 15 - 20 %.

Ein Thema, das derzeit auch diskutiert wird, ist der Inkjet-Druck. Wie steht Ulrich zu dieser Innovation?

Karl Ulrich: Durchaus kritisch. Vor ein, zwei Jahren hat man geglaubt, es wird in Zukunft nur mehr Inkjet am Markt geben. Aber der Ink-Jet Druck schaut ganz einfach anders aus als ein normaler Druck. Das Etikett, das im Offset- oder Digitaldruck produziert wird, kann nicht im Inkjet Verfahren 1:1 nachgebildet werden. Weiters ist die Tinte sehr teuer, wie auch der Druckkopf selbst. Bis heute hat sich dieses System jedenfalls nicht im großen Stil durchgesetzt.



Im Moment investieren wir gerade sehr viel in die Effizienzsteigerung unserer Abläufe, um den Produktionsfluss weiter zu beschleunigen.

*Dr. Rainer Ulrich,
Geschäftsführer der Ulrich Etiketten GesmbH*

In welche Systeme wird Ulrich Etiketten jetzt und in naher Zukunft investieren?

Rainer Ulrich: Im Moment investieren wir gerade sehr viel in die Effizienzsteigerung unserer Abläufe, um den Produktionsfluss weiter zu beschleunigen. Wir planen noch, die Veredelung der digital gedruckten Auflagen effizienter zu gestalten bzw. die Möglichkeiten zu erweitern. Hier sind wir gerade am Suchen der geeigneten Lösungen, um digital gedruckte

üblich war. So produzieren wir zahlreiche Etiketten veredelt mittels Siebdruck und Relieflack für die Fleischindustrie – das war früher undenkbar. Solche Etiketten waren bis dato der Wein- und Spirituosenbranche vorbehalten. Das liegt natürlich auch daran, dass die Maschinen schneller geworden sind und die Herstellung somit billiger.

Zum Abschluss noch die Frage nach dem Erfolgsgeheimnis. Ulrich ist sehr erfolg-



Die Xeikon CX3 wurde 2015 angekauft und ist die neueste Digitaldruckmaschine im Maschinenpark von Ulrich Etiketten

reich, nicht nur auf dem heimischen Markt, sondern vor allem in Deutschland. Worin sehen Sie Ihren Wettbewerbsvorteil?

Karl Ulrich: Wir sind sicherlich preislich attraktiv, bei sehr guter Qualität. Aber als wesentlichen Punkt möchte ich unsere individuelle Kundenbetreuung hervorheben. Unsere Außendienstmitarbeiter sind unermüdlich im Einsatz und helfen den Kunden bei allen Aufgabenstellungen rund um das Thema Etiketten.

Außerdem haben wir einen Sprachfehler: Wir können nicht Nein sagen, auch wenn die Lieferzeit noch so knapp ist. Das war jetzt salopp formuliert, ernsthafter gesagt: Wir sind einfach flexibler als Konzerne, und kleinere Unternehmen hätten zwar die Flexibilität, verfügen aber nicht über das technische Equipment, das wir haben.

Vielen Dank für das Gespräch.