



Logos, Text, Seriennummern und Fotos lassen sich mühelos in das Verpackungsdesign integrieren.

### Late Stage Customization

# Die Welt im Wandel – eine Chance für Verpackungshersteller

Die jüngsten globalen Entwicklungen rund um die Corona-Krise haben enorme Auswirkungen auf den Onlinehandel und die darin involvierten Packmittelhersteller. Da die Bevölkerung in vielen Ländern angehalten ist, zu Hause zu bleiben, ist die Nachfrage im Onlinehandel explodiert. Verpackungsherstellern eröffnet dieser Boom eine Riesenchance. Doch Fachwissen ist geboten, um sie mit den richtigen Ressourcen optimal zu nutzen.

**D**ie Wirtschaft hat in den vergangenen Monaten einen gewaltigen Wandel durchgemacht. Viele Branchen, darunter die Verpackungsindustrie, sind von der Corona-Pandemie betroffen. Durch die Schließung vieler Läden sind die Verbraucher gezwungen, ihre Einkaufsgewohnheiten zu ändern. Eine wachsende Zahl kauft im Internet ein und sorgt für einen sprunghaften Anstieg des Onlinehandels. Dazu gehören auch ältere Menschen, die den Einkauf im Netz bisher gemieden hatten.

Laut einem Bericht des Marktforschungsunternehmens Statista unterliegt der reine Onlinehandel in West- und Mitteleuropa seit Anfang 2020 großen Schwankungen, was die wöchentlichen Wachstumsraten angeht. Während die Einnahmen im Februar grundsätzlich unter 25 Prozent blieben, wurde im März im Vergleich zum Vorjahr ein Wachstum von 34 Prozent gemessen.

„In Zeiten der sozialen Distanzierung ist die Verpackung buchstäblich die einzige physische Verbindung zwischen einer Marke und dem Verbraucher“, erklärt Kevin Shimamoto, Chief Marketing Officer bei Memjet. „Der ganze Rest der Transaktion findet online statt. Daher unternehmen immer mehr Marken entsprechende Anstrengungen, ihre Verpackungen so attraktiv zu gestalten, dass diese zum Wiederholungsgeschäft beitragen.“

Durch die Pandemie ist auch das Thema Lieferkette wieder in den Mittelpunkt gerückt. Viele Unternehmen, die ihre Verpackungen bei externen Zulieferern beziehen, können sich nicht mehr auf eine pünktliche Lieferung verlassen. Das zeigt, dass es in diesem Markt jede Menge Wachstumschancen gibt – und jede Menge Herausforderungen. Um diese zu meistern, benötigen Druckdienstleister und Hersteller geeignete Digitaldrucklösungen, mit denen sie auf effiziente Weise hoch-

wertige Verpackungen mit dem geforderten Maß an Individualisierung herstellen können.

## Aufbau einer Beziehung

Noch vor nicht allzu langer Zeit hatte die Verpackung nur einen Zweck: Schutz beim Transport von Waren. Doch dann erkannten die Vermarkter, dass die Verpackung auch ein wesentlicher Bestandteil des Marketingmixes werden könnte. Und das zahlt sich aus:

In einem Bericht über Trends in der Verpackungsindividualisierung prognostiziert das Marktforschungsunternehmen Zion Market Research für die Branche bis 2024 eine jährliche Wachstumsrate von durchschnittlich fast fünf Prozent. Die Daten für diese Studie wurden allerdings vor der Corona-Pandemie erhoben, sodass die Prognose deutlich höher ausfallen dürfte.

William Demke ist Gründer der Boxmaking-Machinery GmbH, die kundenspezifische Verpackungen auf einer Xante-Excelagraphix-Großformatmaschine herstellt. Das Angebot individualisierter Verpackungen seines Unternehmens trifft derzeit auf ein großes Echo, denn immer mehr Unternehmen nutzen diese Innovation, um mit Bild- und Textbotschaften eine engere Beziehung zu ihren Kunden aufzubauen.

„Soll der Kunde erreicht werden, dann spielt das Aussehen eine wichtige Rolle“, erklärt Demke. „Deshalb gestalten viele unserer Auftraggeber ihre Verpackungen mit maßgefertigten Informationen für ihre Kunden. Die individuelle Anpassung der Details sorgt für eine einheitliche Gesamterscheinung und vermittelt einen höheren Wert.“

## Probleme mit der Lieferkette

Wie schon oben angedeutet, beziehen viele Anbieter und Hersteller ihre Verpackungen bei externen Lieferanten. Das birgt auch unter den besten Umständen immer ein gewisses Restrisiko. Denn Aufträge können erst ausgeführt werden, wenn die Lieferung eingetroffen ist. Ist der Vorrat aufgebraucht, verzögern sich die Aufträge so lange, bis der Nachschub eingetroffen ist.

Darüber hinaus gelten bei solchen Bestellungen häufig Mindestabnahmen. Ein Druckanbieter oder Hersteller muss unter Umständen lange auf die Lieferung einer großen Bestellung warten, nur um einen Teil davon als nicht verwendbar wegzuerwerfen. Mindestbestellmengen setzen dem Betrieb und dem Verpackungsmanagement solcher Unternehmen noch engere Grenzen.

„Die Pandemie hat fast die halbe Welt zum Stillstand gebracht“, kommentiert Shimamoto. „Die Auswirkungen betreffen die gesamte Lieferkette, und vielen Anbietern fehlen die zur Erfüllung von Aufträgen benötigten Ressourcen.“

## Individualisierung vor Ort

Schon vor der Corona-Pandemie hielt der Inkjetdruck vermehrt Einzug in der Verpackungsbranche. Der Forschungsbericht „The Future of Inkjet Printing to 2023“ (Die Zukunft des Inkjetdrucks bis 2023) von Smithers Pira prognostiziert eine Zunahme des Inkjets im Verpackungsdruck von 2018 bis 2023 um jährlich 25 Prozent. Da die Studie noch aus der Zeit von vor der Pandemie stammt, muss die Prognose entsprechend angepasst werden.



Mit moderner Inkjettechnologie lassen sich Verpackungen individualisieren.

Gerade in diesen unsicheren Zeiten bieten einige Eigenschaften des Inkjetdrucks große Vorteile. Mit Inkjetmaschinen lässt sich mühelos ein Mehrwert erzielen – das gilt für Druckdienstleister, die individuelle Verpackungen für einen Kunden drucken, ebenso wie für Hersteller, die ihre eigenen Verpackungen produzieren.

Die Technologie ermöglicht außerdem den von Verpackungskunden geforderten hohen Grad an Individualisierung. Für den Druck jeder einzelnen Schachtel stehen flexible Funktionsvarianten zur Verfügung, sodass Informationen von Produkt zu Produkt und von Verbraucher zu Verbraucher geändert werden können. So lassen sich Verpackungen auf Wunsch mit einer personalisierten Nachricht, Abbildungen, saisonalen und regionalen Informationen und anderen Botschaften versehen.

Die Inkjettechnologie ermöglicht es Druckdienstleistern darüber hinaus, ihre Eigenbestände besser zu verwalten. Denn wenn der Verpackungsdruck ins eigene Haus verlagert wird, entfällt die Abhängigkeit von Dritten. Die Druckerei beziehungsweise der Hersteller kann nun genau steuern, wo, wann und wie viele Verpackungen zur Verfügung stehen sollen und vermeidet so eine unnötige Materialverschwendung.

## Digitale Technologie als Wachstumsmotor

Angesichts des enormen Wandels in der Welt und in der Verpackungsbranche arbeiten viele OEM-Partner von Memjet intensiv an Lösungen, die mit den Veränderungen Schritt halten können. Gerade heute ziehen viele von ihnen den Umstieg auf den Inkjet beziehungsweise die Erweiterung bestehender Inkjetserien in Erwägung.

Da sie dafür die passende Drucktechnologie brauchen, haben sich viele für die Zusammenarbeit mit einem Unternehmen wie Memjet entschieden. Technologien wie Versapass, Duralink und Duraflex von Memjet unterstützen eine Vielzahl von Verpackungsprozessen.

Durch den modularen Ansatz können die OEM-Anbieter ihre Lösungen auf die spezifischen Marktanforderungen der Verpackungsbranche und anderer Kunden ausrichten. Jedes Modul fungiert als Baustein für den Drucker. So haben OEM-Partner alle Schlüsselkompo-



Wer auf eigene Hardware statt externe Lieferanten setzt, macht seine Produktion unabhängiger und damit flexibler.

*Bilder: Memjet*

nenten für die Entwicklung ihrer Drucker zur Hand und können sich ganz auf deren Vorteile zur optimalen Ausrichtung auf ihre Zielmärkte konzentrieren. Mithilfe des Baukastenprinzips können sie besser auf Marktveränderungen reagieren – das sind Eigenschaften, die in der heutigen Welt immer wichtiger werden.

„Durch die modulare Architektur und die technischen Ressourcen von Memjet bewältigen OEM-Partner die dringlichste Herausforderung: eine schnellere Markteinführung preisgünstiger Drucklösungen ohne Einbußen bei der von den Kunden geforderten Qualität und Geschwindigkeit“, erläutert Shimamoto.

### Leuchtet auch auf brauner Papp

Die Xante Excelagraphix ist eine kostengünstige Großformatmaschine, mit der kleine Serien kundenspezifischer Verpackungen in Vollfarbe und mit einem hohen Grad an Individualisierung produziert werden können. Farbelemente wie Logos, Text, Seriennummern und sogar Fotos lassen sich

müheless in das Verpackungsdesign integrieren. Die hohe Farbqualität der Xante Excelagraphix ermöglicht große Wirkung und leuchtende Farben – sogar auf brauner Wellpappe.

Eine vielseitige Lösung des portugiesischen Anbieters New Solution geht noch einen Schritt weiter. Die 1,06-m-Inkjet-Flachbettmaschine NS Multi LG ist Wellpappen-/Großformatdrucker und Kaschiermaschine in einem. Sie wurde speziell für den Direktdruck auf dicke Papiersubstrate wie Karton und Wellpappe entwickelt und kann für die Produktion von Verpackungen und selbst Displays eingesetzt werden.

Das US-Unternehmen Kirk-Rudy hat den neuen Firejet 4C entwickelt. Der neuartige Inkjetdrucker ist eine rentable Alternative zu den gebräuchlichen Desktop-Tonerdruckern und außerdem kostengünstiger als größere Produktionsdrucksysteme. ●

*Mithilfe des Baukastenprinzips ist es einfacher, auf Marktveränderungen zu reagieren*

*Autor: Gianluigi Rankin, Director of Product Marketing, Memjet*



# neue verpackung

05/2020

Mai 2020, D 19066  
www.neue-verpackung.de,  
73. Jahrgang

Das Entscheidermagazin für Verpackungsprozesse

**Druckindustrie**  
Ergebnisse des  
7. drupa Global  
Trends Reports 24

**Kennzeichen von  
Arzneiprodukten**  
Eine Tinte für  
besondere Fälle 32

**Nachhaltigkeit**  
Verpackung für  
innovative Fleisch-  
ersatzprodukte 42

**Automatisierung**  
L'Oréal steigert  
Flexibilität in der  
Abfüllung 46

KONFIGURIERBARE KLEINSTEUERUNG

**Automatisch  
„Hot and Spicy“** S. 20



erfolgsmedien für experten