

Industrie 4.0 wagen, demografie-affin denken

Die Druckindustrie ist schon stark digitalisiert, mit Industrie 4.0 steht ein weiterer Digitalisierungsschub bevor. Was dieser bringen wird, war Hauptthema am siebten Flexo Day, den Flexo Suisse am 25. August in der AFG Arena in St. Gallen durchführte. Der zweite Teil des Branchentages war Marketingthemen gewidmet.



Kurt Schwendener



Christoph Woesler



Prof. Peter Gross



Alexander Muxel

Jour Fix zum Sommerende: Der alljährliche Flexo Day von Flexo Suisse, dem Schweizer Forum für den Flexodruck, ist seit der ersten Durchführung 2010 «der» Informations- und Networking-Anlass der Schweizer Flexodruckbranche. In diesem Jahr war der Anlass mit rund 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmern allerdings schwächer besucht wie in den Jahren zuvor. Flexo-Suisse-Präsidentin Elisabeth Fehr sieht darin auch eine Folge des Strukturwandels. Fehr, die als Moderatorin durch den Anlass führte, erinnerte am Rande der Veranstaltung daran, dass 2015 und 2016 zwei grosse Mitgliedsfirmen aus dem Markt verschwunden sind.

ben technischen auch mentale Weiterentwicklungen. Schwendener: «Auf dem Weg zur Industrie 4.0 sind wir technisch weiter als mental.» Es sei Aufgabe des Managements, diese mentalen Voraussetzungen zu schaffen: «Wie weit ein Unternehmen auf dem Weg zur Smart Factory gehen will, ist eine strategische Entscheidung, die das Management vermitteln und vorleben muss.»

Wie das in der Praxis aussehen kann, zeigte Christoph Woesler, Leiter Einkauf und Verantwortlicher für Industrie-4.0-Projekte beim Druckmaschinenbauer Heidelberger Druckmaschinen AG, der in der Schweiz mit Heidelberg (Schweiz) AG in Bern vertreten ist. Heidelberg selbst hat mit einigen Lieferanten bereits voll automatisierte Bestellprozesse etabliert. Jetzt bringt die Firma in ihren Produkten immer mehr 4.0-Attribute ein. Neuheiten dazu zeigte Heidelberg an der Druckmaschinenmesse Drupa, wie zum Beispiel die Offsetdruckmaschine New Speedmaster XL 106. Diese ermöglicht eine in hohem Masse automatisierte Produktion. Auch Woesler wies auf die mentale Dimension dieser Entwicklung hin. Früher habe ein Drucker einen Prozess mit Knopfdruck gestartet, in Zukunft werde er allenfalls noch einen Knopf drücken, um bei Problemen Hilfe zu holen. «Wir müssen unser Mind Set ändern», so sein Fazit.

«demografie-affin» gestaltet. Gross leitete mit seinem Vortrag den Marketingteil des Flexo Day ein. Nach seinen Beobachtungen nimmt die Branche bei der Produktentwicklung nicht wirklich Rücksicht auf die Bedürfnisse der wachsenden Generation 65+. Die Verpackungsbranche beachte nach eigenen Angaben bei Innovationen den ganzen Lifecycle der Verpackung. Gross empfahl statt dessen, den Lifecycle des Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Für ältere Menschen sei die zum Öffnen einer Verpackung notwendige Kraft meist zu gross, die Schrift zu klein und die Farben ungünstig. Von einem Design, das diese Faktoren berücksichtigt, würden alle Kunden profitieren. Demografie-affines Verpackungsdesign sei deshalb ein Muss für alle. Auch Alexander Muxel, Alexander Muxel Consulting e. U., thematisierte Potenziale, die in der Verpackungsgestaltung zu wenig genutzt werden. Nach seinen Beobachtungen ist diese oft einseitig auf das grafische Verpackungsdesign ausgerichtet. Muxel erinnerte an das Prinzip der multisensualen Verstärkung. Es sei erwiesen, dass mit jedem zusätzlichen Sinnesindruck die Gehirnaktivität und damit die Aufmerksamkeit exponentiell gesteigert werde. Dieses Prinzip lasse sich mit multisensorischem Packaging Design nutzen, das systematisch auch andere Sinne wie Tast-, Gehör- und Geruchssinn anspreche. Muxel zeigte an Beispielen, wie Markenartikel auch andere als den Sehsinn in der Verpackungsgestaltung mit System und mit Erfolg nutzen und verdeutlichte praxisnah so die Möglichkeiten, die im multisensorischen Verpackungsdesign liegen.

Der Termin für den Flexo Day 2017 steht noch nicht fest. (www.flexosuisse.ch) JK



Die Lebensmittel- und Industrieverpackungsbauer Prim Pac AG in Geroldswil hat ein neues Verpackungskonzept für Convenience Food lanciert. Das System umfasst eine Range an Kartoverpackungen und ein Siegelgerät. Mit dem Verpackungskonzept aus einer Hand können Salate, Sandwiches, Wraps oder ganze Menüs einfach, schnell und kostengünstig vor Ort verpackt werden. Zum Einsatz kommt das System in grossen und kleinen Take-Aways, Backereien, Tankstellen und mobilem Lebensmittelhandel. Die Kartoverpackungen sind in nach Bedarf in verschiedene Grössen und Ausführungen erhältlich, in Weiss oder in Braun mit einem rustikalen «chêne maderé»-Effekt. Durch eine mit transparenter Kunststofffolie laminierte Innenseite des Kartons ist die Verpackung wasser- und fettresistent. Zusätzlich werden die einfach aufzutragbaren Folienhandschuhe für eine erhöhte Lebensmittelsicherheit mit dem handlichen Siegelgerät TP11 an vorgeprägten Folienabroll- und Schneidwerkzeugen geliefert. Prim Pac diverse orientierbare Siegelrichtungen bietet. Nach Entfernen dieses Folienhandschuhs kann das Menü im Mikrowellen- oder Backofen aufgewärmt werden. Die laminierten Kartoverpackungen sind - schalen bestehen aus Frischkartons und können ab einer Auflage von 25000 Stück individuell bedruckt werden. Angegeben werden Sandwich-, Salat- und Wrapsboxen in gebogenen verschiedenen Grössen und geometrischen sowie verschiedenen Kartoverpackungen in verschiedenen Formaten. Die PET-laminierten Kartoverpackungen sind ebenfalls in Weiss oder Schwarz sowie in drei verschiedenen Grössen. Die Produkte können jeweils auch aus vollständig biologisch abbaubarem Material gefertigt werden. Die laminierten Innenseiten bestehen aus PET. Als Siegelhilfe wird ein PET-EVONHPE-Verband in 62 µm Dicke eingesetzt. Die maximale Verpackungsgröße für die Siegelgeräte beträgt 185 x 240 mm. (www.primpac.ch)

demografie-affine Verpackung

Das menschliche Mind Set braucht die Verpackungsgestaltung auch, um die passenden Informationen auf die demografische Entwicklung abzugeben. Für Prof. Dr. Peter Gross, Ordinarius für Soziologie der Universität St. Gallen, sind heutige Verpackungen in einer ärgerlichen Art und Weise nicht