



„Auch mit
Sound-
modul.“

Wolfram Zehnle

Gas geben

Das „Spielerische“ wird immer wichtiger

Mit dem umfassenden Know-how aus der Faltschachtelproduktion ist es für die Richard Bretschneider GmbH nur ein kleiner Schritt, auch stabile Mailingverpackungen zu konzipieren. So etwa im vergangenen Jahr mehrere Millionen Stück zur Einführung des Golf 7.

■ „Das vielfältige Produktangebot“, so der neue Geschäftsführer Wolfram Zehnle, „ermöglicht es uns, ein sehr unterschiedliches Kundenspektrum anzusprechen.“ Die Bretschneider-Kunden kommen aus der Lebensmittelindustrie (35%), Automobil- (25%), Kosmetik- und Parfümindustrie (25%) sowie der Pharmaindustrie (10%) – mit namhaften Markenartiklern darunter. Die restlichen fünf Prozent des Umsatzes, der zuletzt nach Unternehmensangaben bei rund 24 Mio. Euro lag, entfällt auf Kunden aus dem Verlagswesen.

Natürlich hat jede Branche ihre eigenen Bedürfnisse, besondere Eigenheiten. Und oftmals sind es auch zahlreiche gesetzliche Auflagen, die zu beachten sind. Im Lebensmittelbereich steht vor allem die Sicherheit einer Verpackung an erster Stelle. Bei Faltschachteln für die Kosmetik- und Parfümindustrie ist häufig das Können im Bereich der Veredelung gefragt. Viele Hersteller setzen in dieser Branche auf funkelnde Highlights, um sich vom Wettbewerb zu unterscheiden. Buchverlage erwarten bei ihren

Displayentwicklungen hauptsächlich ausgefallene Ideen und Kreativität. „Grundsätzlich gilt aber für alle, dass eine Lösung den Ansprüchen gerecht wird, fertigungstechnisch optimal realisiert werden kann und zum jeweiligen Budget passt“, so Zehnle.

Die Maxime lautet, Kunden ganzheitlich zu betreuen. „Das bedeutet, dass von der Kreation und Beratung über die Fertigung und Veredelung von Faltschachteln, Mailings und Displays mit den angegliederten Dienstleistungen wie Konfektionierung und Logistik ein Maximum an Produktkompetenz und Service geboten wird“, betont Zehnle.

Drehbare Verpackungen

Schon bei der Entwicklung der jeweiligen Verpackungskonzepte wird mit den Auftrag-

gebern über eine mögliche Gesamtlösung gesprochen. Die Braunschweiger stellen dabei grundsätzlich fest, dass das „Spielerische“ immer wichtiger wird. So entwickeln sie z. B. Verpackungen mit drehbaren Elementen. Auf diese Weise können mehrere Produkte auf einer Präsentationsfläche dargestellt werden und mittels Drehrad nach vorn oder hinten bewegt werden. Oder Verpackungen, die im Dunkeln leuchten. Oder ungewöhnliche Aufklappmechanismen, bei denen der Konsument schon beim Öffnen Spaß hat und dann positiv gestimmt das Produkt entnimmt.

Zu den wichtigsten Kunden zählt der Volkswagen-Konzern, für den Bretschneider hauptsächlich Sonderkonstruktionen wie Mailingverpackungen, Thekenaufsteller („auch schon mal mit Soundmodul“) etwa

Viele Markenartikler der Kosmetik- und Pharmaindustrie setzen auf funkelnde Highlights, um sich vom Wettbewerb zu unterscheiden.



Rund 2 Millionen Mailingverpackungen für den Golf 7.



für die Autohäuser sowie großformatige Displays für Sonderwerbeaktionen fertigt. Rund zwei Millionen Mailingverpackungen wurden im vergangenen Jahr zur Einführung des neuen Golf 7 zu produziert.

Die Ausschreibung des Projekts war europaweit erfolgt. Die Braunschweiger wurden gleich zu Beginn in das Projekt integriert und in die Entscheidungsprozesse eingebunden.

Hinzu kam, dass der Auftrag mit Geheimhaltungsaufträgen verbunden war, der alle Produktionsbereiche betraf: strenge Zugangs- und Zugriffsrechte mit vier festgelegten Sicherheitszonen sowie detailliert definierte Prozessabläufe nach sicherheitsrelevanten Kriterien.

Veredelt schön

Auch den Kosmetikerhersteller Jean Pierre Rosselet Cosmetics AG betreuen die Braunschweiger bereits seit mehreren Jahren. Seine Marke „Lipogen“ ist eine „Cosmeceutical Skin Care“-Linie für Kosmetikerinnen, Kosmetiker und Spas. Inzwischen hat Bretschneider mehrere Faltschachtelserien mit unterschiedlichen Drucktechnologien produziert.

Alle Faltschachteln (außer der Serie „9“) werden im sogenannten Drip-off-Verfahren veredelt. Spannend ist dieses Verfahren nicht nur für Kreative, weil es bewusst eine komplette Verfremdung des Materials bewirkt. Die typische Papierhaptik kann nicht mehr gespürt werden. Entstanden ist dadurch eine kunststoffähnliche, matte und wasserabweisende Oberfläche.

Das Lipogen-Grün wurde speziell für diesen Kunden entwickelt. Bei der Neueinführung der Serie „Cell Vital (9)“ hatte er den Wunsch, eine Schachtel in Lipogen-Grün metallic auf den Markt zu bringen. Nach mehreren Andrucktests mit unterschiedlichen Farbzusammenstellungen

konnten die Braunschweiger eine repräsentative Auswahl von metallischen Grün-Farbtönen anbieten, von denen eine Variante seriell umgesetzt wurde.

Die neue Serie „Skin Illumination (10)“ wollte der Kosmetikerhersteller dagegen durch spezielle Veredelungseffekte optisch und haptisch noch mehr aufwerten. So wurde mit dem Kunden zusammen die Idee entwickelt, glänzende Lichteffekte (Illuminations) in Form einer großflächigen silbernen Heißfolienprägung – im Kontrast zur feinnormierten Hybridlackierung – zu setzen.

Wie Geschäftsführer Zehnle konstatiert, sei die Herstellung einer Lebensmittelverpackung ein sehr komplexes Thema geworden – ein verwirrender Dschungel aus gesetzlichen Verordnungen, Richtlinien, Normen und Hygienevorschriften. Sichere und effiziente Prozessabläufe in Bezug auf Hygiene und den Schutz der Gesundheit stünden bei ihm an erster Stelle. Alle intern beeinflussbaren Faktoren, wie die verwendeten Farb- und Lacksysteme, Maschinenöle und -fette sowie alle Wasch-, Reinigungs- und Hilfsmittel würden auf mineralölfreier und lebensmittelkonformer Basis eingesetzt. Die Auswahl der Kartonagen erfolge nach Kunden- und Produkthanforderung, um eine potenzielle Migration weitestgehend einschränken zu können.

Seit 2012 ist Bretschneider nach DIN ISO 22000 (Lebensmittelmanagement) zertifiziert. Mit der Erstellung einer Gefahrenanalyse (Haccp), die als zentraler Punkt der ISO eingeführt wurde, sollen zudem mögliche Risiken für die Verpackung konsequent festgestellt oder erheblich minimiert werden.

Süße Geschenke

Der Kunde Fantastick vertreibt „Sweets for fun“: kleine süße Geschenke mit emotionalen Botschaften, die Freude bereiten sollen. Vor etwa sechs Jahren begann die Zusam-

menarbeit. Damals hatte die Kreativabteilung des Kunden ein neues Erscheinungsbild für die Schokoladenverpackung geschaffen, die zum einen Abbild der hochwertigen Schweizer Schokolade ist und zum anderen als edle Geschenkverpackung funktioniert.

Umgesetzt wurde das Layout mit der neu in Braunschweig eingeführten Technologie des Kaltfolientransfers. Gezielt können auf diese Weise einzelne Partien – wie spezielle Logolemente auf einer Pralineschachtel, florale Motive oder Ornamente auf Schokoladenverpackungen – metallisch glänzend hervorgehoben werden. Die Kaltfolie kann farbig überdruckt werden. So lassen sich sehr filigrane, metallisch-glänzende Farbeffekte in faszinierender Qualität darstellen.

Neben Faltschachteln für Schokoladentafeln produzieren die Braunschweiger auch Thekenaufsteller oder Acryldisplays.

JS ■

INFO

Vom Falten zum Mailing

Lebensmittel- und Automobilindustrie sind mit zusammen 60 % die großen Absatzgebiete von Bretschneider. Der Veredeler übernimmt Kreation, Beratung, die Fertigung und Mailings dazu. Zu den Displays gibt es ebenfalls angegliederten Dienstleistungen. Es können schon einmal 2 Mio. Mailingverpackungen pro Job erzielt werden. Unter den Veredelungsverfahren ist das Drip-off außergewöhnlich, es entsteht eine kunststoffartige Oberfläche.