



Am POS differenzieren

Verpackung und Displays drucken & veredeln

Kleine Effekte mit viel Wow

Die Standardtechniken wie Digital-, Offset- und Flexodruck sind bekannt. Hinzu gesellt sich oftmals eine UV-, Glanz- oder Matt-Lackierung, fertig ist das Druckbild. Soweit der Standard. Darf's denn auch ein bisschen mehr sein? Ja, darf es durchaus!

Gerade der Bereich des Packaging entwickelt sich derzeit sehr dynamisch. Der Touchpoint Packaging erfährt eine spürbare Aufwertung. Entsprechend wird in diesen Touchpoint investiert, um die Customer Journey zu optimieren. Einheitliche Trends sind jedoch nicht auszumachen, wie Wolfram Zehnle, Geschäftsführer von Druck- und Faltschachtel-Spezialist Richard Bretschneider, berichtet: „Die Trends sind von Branche zu Branche recht unterschiedlich.

So sind in der Kosmetik momentan Matt-Glanz-Effekte, wie die Drip-off-Anwendung angesagt. Hierbei wird im letzten Druckwerk, auf den später matt erscheinenden Flächen, ein Effektdrucklack aufgebracht. Anschließend wird über das Lackierwerk ein konventioneller Hochglanzlack vollflächig aufgetragen, der an den zuvor matt lackierten Stellen abperlt. So entsteht ein interessantes Wechselspiel von matten und glänzenden Details, die für span-



„Generell gilt: Eine Veredelung ist nur sinnvoll, wenn die Produkt-Features glaubwürdig unterstützt werden.“

Wolfram Zehnle, Geschäftsführer
Richard Bretschneider GmbH

Aus der Masse herausstechen! Spezielle Druck- und Veredelungstechniken sind hier ein probates Mittel um ins Blickfeld des Kunden vorzudringen.

Foto: fotolia, viperagp



Durch die Kombination eines zurückgesetzten Plakats mit Konturstanzung sowie vorgesetztem Logo und Rahmen wirkt der Sockel des Displays dreidimensional.

Foto: STI

nende Kontraste sorgen. In der Automotive-Branche setzen unsere Kunden derzeit matte Lackierungen edel kombiniert mit Schwarz ein, während im Food-Bereich ungestrichene Naturkartonagen und Kraftkarton in den Varianten braun/braun oder braun/weiß bevorzugt und beispielsweise mit glänzender Heißfolienprägung veredelt werden. Ein bewusst eingesetzter, starker Gegensatz von Material und Veredelungsart, der hohe Aufmerksamkeit provoziert.“

Innovatives Packaging

Beim Stichwort Veredelung darf natürlich nicht der Hinweis auf die zusätzlichen Kosten fehlen, die pauschal natürlich schwer abzuschätzen sind. Laut Zehnle sind bei mittleren Auflagen

Veredelungstechniken im Trend

- Matt-Glanz-Kontraste mit Drip-off-Anwendung
- Matt-Lackierungen kombiniert mit Schwarz
- Naturkartonagen und Kraftkarton in braun/braun oder braun/weiß mit glänzender Heißfolienprägung
- Folienkaschierung
- UV-Lackierung
- Konturstanzung

durchaus Zusatzkosten von 10 bis 30 Prozent möglich. „Daher gilt: Eine Veredelung ist nur sinnvoll, wenn die Produkt-Features glaubwürdig unterstützt werden.“

Und beim POS-Display? In dem Maße indem ins Packaging investiert wird, nimmt sich das warentragende Display zurück, um das Produkt in seiner Verpackung in den Vordergrund zu stellen. Das erscheint logisch.

Punktuelle Veredelung bei Displays

Dennoch erkennt Stephan Ellerhold, Vorstand Ellerhold AG, im Bereich der Veredelung von Displays bestimmte Trends und Wachstumsmärkte: „Großflächige UV- und Drip-Off-Lackierungen sowie Folienkaschierungen sind im Display-Bereich ein wachsender Markt, insbesondere in Verbindung mit Digitaldruck. Aufgrund der hohen Nachfrage haben wir aktuell in unserem Werk in Wismar in eine neue UV-Lackieranlage investiert, die für vollflächige Veredelungen und Schutzlackierungen digital bedruckter Ware prädestiniert ist.“

Und sowieso ist das Thema Veredelung von Displays nicht nur allein eine Frage von Optik und Haptik, wie Ellerhold betont: „Beispielsweise im Bereich Premium-Eigenmarken der Supermärkte oder für Spirituosen wird besonders viel Wert auf Veredelungen gelegt. Und auch bei Aufstellern oder Displays, die mit Feuchtigkeit in Berührung kommen oder Temperaturschwankungen zuerst bei Unterbringung im Kühlhaus und dann bei Aufstellung im Supermarkt ausgesetzt sind, sind großflächige Folienkaschierungen sinnvoll. Damit wird es vor Kondenswasser geschützt.“

Ungewöhnliches fällt auf. Und hierfür muss auch nicht zwingend eine Druckveredelung für ein Display eingesetzt werden. Ein Beispiel hierfür ist das neue Palettendisplay der STI Group für Taxofit, welches den Sockel nutzt, um einen 3D-Effekt zu erzeugen und so die Blicke der Shopper auf das Produkt zu lenken. Der dreidimensionale Eyecatcher entsteht durch eine Kombination eines zurückgesetzten Plakats – ein dynamisches Bildmotiv auf einem Konturgestanzten Plakat – mit vorgesetztem Logo und Sockelrahmen. <<

„Großflächige UV- und Drip-Off-Lackierungen sowie Folienkaschierungen sind im Display-Bereich ein wachsender Markt, besonders in Verbindung mit Digitaldruck.“

Stephan Ellerhold, Vorstand Ellerhold AG



Hochkarätig.

bretschneider 

Mit Esprit und konstruktiver Erfahrung entwickeln und produzieren wir für Ihr Produkt originelle Verpackungen mit hohem Wiedererkennungseffekt. Repräsentativ, facettenreich veredelt und mit individuellem Schliff.

Auch als komplettes Dienstleistungspaket bis hin zu Konfektionierung und Versand.

Richard Bretschneider GmbH
 Faltschachteln, Displays und clevere
 Verpackungslösungen
 T + 49 531 8010-500
 vertrieb@bretschneider.de

Ein Unternehmen der STREIFFGruppe