

An dieser Stelle veröffentlichen wir eine Artikelreihe von Designern, brand ownern, Journalisten, Influencern und Akteuren der Druckindustrie. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit diesen Experten, die unsere drupa Essentials of Print mit frischen Impulsen, fundiertem Fachwissen und bemerkenswerter Erfahrung bereichern. Alle diese Artikel werden es den Besuchern ermöglichen, eine Welt zu verstehen, die sich seit der Gründung der drupa 1951 dramatisch verändert hat und sich weiter entwickeln wird. Unterschiedliche Beobachtungen und Wahrnehmungen einer Branche, die in einer sich schnell verändernden Welt nach Innovationen sucht. Folgen Sie Ihrem Instinkt, ganz nach dem Motto "embrace the future".

Gerne stellen wir Ihnen diesen Fachartikel zur Verfügung und freuen uns, wenn Sie ihn veröffentlichen.

Be inspired! _____

Good reading.

Sabine Geldermann & Team

David Pittman – Antrieb des Etikettendrucks durch digitale Technologien

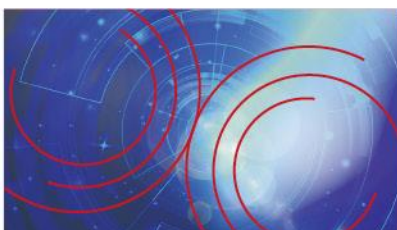
VITA

David Pittman



David Pittman ist Redakteur beim Fachmagazin Digital Labels & Packaging. Als angesehener Fachjournalist verfügt er über mehr als ein Jahrzehnt Erfahrung; Themen seiner Berichterstattung sind Baumaterialien und -maschinen, mobile Telekommunikation sowie Verpackungsdruck und -verarbeitung. Zuvor war David Pittman stellvertretender Redakteur bei Labels & Labeling.

drupa Essentials of Print no. 17 März 2021



**drupa
content
contributor**



David Pittman – Antrieb des Etikettendrucks durch digitale Technologien

Der Begriff „digital“ tauchte in der Terminologie der Etikettendruckbranche erstmals vor einigen Jahrzehnten auf. An die Stelle der Vorreiter, die digitale Technologie einführten, als diese noch in den Kinderschuhen steckte, ist mittlerweile ein reiferer Kundenstamm getreten. Zum Einsatz kommen dort bewährte, praxiserprobte und weiterentwickelte Lösungen – Digitaldruck ist zur Normalität geworden.

Im Zuge der technologischen Weiterentwicklung – beispielsweise zu höherer Geschwindigkeit, besserer Qualität und größerer Stärke – hat der Markt die durch Digitaldruck eröffneten Möglichkeiten aufgegriffen. In Drucksälen rund um den Globus wurde entsprechende Hardware installiert, da Druckdienstleister mit Kleinauflagen und dem anhaltenden Trend zur Individualisierung auf das Verbraucherverhalten im 21. Jahrhundert reagieren. Gleichzeitig verlangen Markenartikel neue Geschäftsmodelle für Just-in-time-Bereitstellung und Abfallminimierung in der Lieferkette. Vor diesem Hintergrund betreiben viele Etikettenhersteller, die Digitaltechnologie eingeführt haben, nun mehrere Drucklinien. Sie nutzen die verschiedenen Digitaldrucktechnologien mit ihren spezifischen Eigenschaften und Möglichkeiten, um noch besser auf das aktuelle und künftige geschäftliche Umfeld reagieren zu können.

Für die Wahl der passenden Technologie ist zunehmend die Endanwendung ausschlaggebend – seien es schwierige Substrate wie oftmals bei Wein und Spirituosen, langlebige Etiketten mit Resistenz gegen verschiedene Umwelteinflüsse, Etiketten für Bier und Kosmetika mit hohen Anforderungen an Optik und Haptik oder Lebensmitteletiketten, die ästhetisch ansprechend sein sollen, gleichzeitig aber auch strikte Vorschriften in Bezug auf die Lebensmittelsicherheit erfüllen müssen. In den meisten Fällen wurden Digitaldruckmaschinen parallel zu Flexo- und Offsetdruckmaschinen eingebunden. Einige Beispiele aus der Anfangszeit haben gezeigt, dass dies nicht unbedingt der effektivste Weg zur Amortisation war – die Funktionen und Kapazitäten des Digitaldrucks wurden letztlich eingeschränkt durch den Versuch, die Technologie in bestehende Arbeitsabläufe zu integrieren. Heute ist allgemein anerkannt, dass das Ökosystem rund um die Druckmaschine genauso wichtig ist wie die Maschine selbst, wenn sich eine Investition in Digitaltechnologie bestmöglich bezahlt machen soll. Eingehende Aufträge lassen sich damit äußerst effektiv und effizient durch die Druckvorstufe in die Druckmaschine und dann zur Weiterverarbeitung leiten.

Ausgangspunkt ist dabei immer eine zur Druckmaschine passende MIS/ERP-Software, die ausgelegt ist auf die größere Auftragszahl sowie die damit verbundene Komplexität und Datenmenge, um gut verkäufliche Produkte herzustellen. Die immer schneller aufkommenden Web-to-Print-Geschäftsmodelle bringen die für Verbraucher alltäglichen Annehmlichkeiten des E-

Commerce in die Business-to-Business-Welt. Auch wenn dies nicht für alle ein gangbarer Weg sein wird, so ist doch wahrscheinlich, dass ein wachsender Anteil der für digitale Etikettendruckmaschinen bestimmten Aufträge aus Online-Kanälen kommen wird. Damit entsteht eine komplett andere Struktur für Etikettendruckereien, die eventuell eher mit klassischen Workflows vertraut sind, bei denen Aufträge analog übermittelt und dann vom Druckvorstufenteam bearbeitet werden.

In der Druckvorstufe braucht man infolgedessen wahrscheinlich nicht mehr so stark spezialisierte Fachkräfte, und Unternehmen müssen neue Aufgaben für die betroffenen Mitarbeiter finden. Vielfach kann diese Entwicklung ein Segen sein, denn sie schafft neue Wachstumsmöglichkeiten, erschließt ungenutzte Ressourcen innerhalb der Belegschaft und stärkt die Weiterentwicklung der Mitarbeiter. Für manche mag das beängstigend erscheinen, es handelt sich aber um eine unvermeidliche Folge der digitalen Transformation. Man sollte diese Entwicklung nicht fürchten, sondern begrüßen und in zukunftsgerichtete Unternehmensstrategien einbeziehen.

Ähnliche Sorgen gab es eine Zeit lang auch zu den Auswirkungen der digitalen Transformation auf analoge Druckverfahren und deren Platz in der Wertschöpfungskette. Der Aufruhr erreichte – zum Teil befeuert durch die hervorragenden Marketingaktivitäten der Digitaldruckbranche und die lautstarke Präsenz in der Lieferkette – ein solches Ausmaß, dass sich die Digitaldruckbranche an einem kurzen Zeitpunkt gezwungen sah klarzustellen, dass sie den Flexodruck keinesfalls verdrängen wolle.

In den letzten Jahren hat sich die Flexodruckbranche zurückgemeldet und einen eigenen technischen Aufschwung erlebt – mit Effizienzsteigerungen, automatisierter Druckmaschineneinrichtung und einer stärkeren Standardisierung des Verfahrens. Auch vertritt man die eigenen Interessen dort jetzt vernehmbarer und besser. Die Marketingmaßnahmen wurden intensiviert, um auf die Stärken des Flexodrucks im 21. Jahrhundert hinzuweisen.

Die Realität in den Produktionshallen sieht daher heute so aus, dass digitale und analoge Druckverfahren sich vollständig ergänzen. Verwirklicht wird das durch die wachsende Menge an verfügbaren Hybrid-Optionen wie Vollhybrid, True Hybrid oder Hybrid-Integration, die das Beste aus beiden Prozessen vereinen. Durch die Kombination werden außerdem Kapazitäten frei sowie neu geschaffen. Nach der Implementierung eines Digitaldruck-Workflows muss die Flexodruckmaschine beispielsweise nicht mehr für Kleinauflagen eingesetzt werden, sodass Etikettendruckereien verstärkt große Auflagen mit Druckmaschinen von Gallus, Mark Andy, Nilpeter, MPS oder BOBST bearbeiten können. Digitaldruckmaschinen eignen sich jetzt auch für größere Auflagen, und Flexodruckmaschinen bieten sich so vielleicht für die hochwertigsten Aufträge an. Damit ließe

sich für digitale und analoge Hardware die Gesamtanlageneffektivität maximieren und eine schnellere Amortisation erreichen. Für viele Etikettendruckereien ergeben sich daraus neue Geschäftschancen; auch neue Märkte können erschlossen werden.

Eine dieser Geschäftschancen ist der Digitaldruck von flexiblen Verpackungen. Flexible Verpackungen sind ein breit diskutiertes Ziel für Etikettendruckereien. Durch die höheren Anforderungen an Primärverpackungen und die Verbindung zu etablierten Etikettendrucktechnologien wie UV-Druck bestehen nach wie vor technische Herausforderungen in diesem Bereich. In der Lieferkette wird jedoch daran gearbeitet, Abhilfe zu schaffen und Bedenken zu zerstreuen. Auch ist immer mehr Hardware für eine schnelle Produktion von digital bedruckten flexiblen Verpackungskonstruktionen verfügbar. Gedruckt wird dabei mit wasserbasierter Inkjet-Technologie oder mit Toner-Technologie; Print-for-Use-Geschäftsmodelle werden unterstützt. Da die Materialien für flexible Verpackungen und auch die Endanwendungen komplett anders sind, besteht in Etikettendruckereien entsprechender Schulungsbedarf. Dennoch werden wahrscheinlich mehr und mehr Etikettenhersteller in das Segment der flexiblen Verpackungen vordringen, wenn sich die Gelegenheit dazu bietet.

Zusätzliche Wertschöpfung ist ein weiterer Bereich, in dem sich Etikettendruckereien, die digitale Technologien nutzen, Chancen bieten. Im ständigen Kampf um den Sieg im „Moment der Wahrheit“ und die größte Attraktivität im Regal werden immer mehr Systeme eingeführt, die digital bedruckte Etiketten aufwerten. Dazu kommen entweder analoge Prozesse nach dem Druck oder neuere Digitalsysteme zum Einsatz, um Folien, Lacke und andere visuelle Effekte sowie haptische Elemente aufzubringen, ganz entsprechend dem Verbraucherwunsch nach fühlbaren Strukturen. Insofern meine ich, dass die Etikettenbranche gut aufgestellt ist für die nächste Phase der digitalen Transformation, da sich fundiertes Wissen über den Digitaldruck mit Anpassungs- und Wandlungsfähigkeit verbindet. Aus der Etikettenbranche kommt kein Wehklagen – man freut sich vielmehr darauf, das Geschäft mit digitaler Technologie zukunftssicher zu machen, und will alle damit verbundenen Chancen nutzen. Lasst uns also darauf einen genauen Blick während der virtual.drupa werfen!