

Allianz für Mehrwert

3. Packaging Inspiration Forum Ende März in Hamburg

Am 24. und 25. März lädt die PrintCity-Allianz Markeninhaber, Designer, Drucker und Weiterverarbeiter zum Packaging Inspiration Forum nach Hamburg ein. Die Veranstaltung, die zum dritten Mal stattfindet, will neue Blickwinkel eröffnen und eine Basis für den Austausch von Expertenwissen bieten.

■ Eine zentrale Rolle nehmen dabei die Keynote-Präsentationen und die so genannten Break-Out Sessions ein. Für erstere konnten wieder eine Reihe hochkarätiger Referenten gewonnen werden; darunter auch Michael Heintschel, Geschäftsführer der Heintschel GmbH, der „Über die Kunst, bei einem kleiner werdenden Kuchen weiterhin Stücke –

und nicht Krümel – zu bekommen“ sprechen wird. Der Spezialist für Strategie, Design und Produktinnovation versucht die Frage zu beantworten, welche strategischen Optionen sich für Marken im Bereich der so genannten „Fast Moving Consumer Goods“ (FMCG) anbieten. Dieses ist angesichts stagnierender Absatzmengen in Europa und

dem Ruf nach Mehrwertkonzepten als Zukunftslösung von großer Aktualität. Anhand von Beispielen aus der Praxis zeigt Heintschel zudem, wie Verpackungen helfen können, Produkte in den Life-Style-Status zu heben oder ihre Markenposition zu manifestieren. Als unersetzliche Bausteine einer integrierten Kampagne können Verpackungen, auch das zeigt Heintschel auf, ihren Beitrag zu Mehrwertkonzepten liefern. Die Frage, wie Markenkommunikation im Jahr 2025 angesichts eines rasant steigenden Anteils von E-Business am Einzelhandelsumsatz aussehen könnte, beantwortet Jakob Kaikkis, Geschäftsführer von Seismografics in seinem Vortrag „Stiefkind Versandverpackung – das enorme Potenzial von E-Packaging im E-Business“.

Dahinter steckt die Idee, dass das Markenerlebnis der Kunden nicht mit dem „checkout-button“ auf der Webseite enden muss. Versandverpackungen stellen seiner Auffassung nach einen Kommunikationskanal dar, der eine effektive Komponente des Medienmixes werden kann – vorausgesetzt,

Info

Packaging Inspiration Forum

Das 3. Packaging Inspiration Forum wird am 24. und 25. März 2015 im Grand Elysée Hotel in Hamburg stattfinden. Interessenten können eine Mail mit dem Stichwort „PIF3“ an info@printcity.de schicken und sich so vormerken lassen. In einem Newsletter werden sie dann über neue Entwicklungen, Themen und Sprecher informiert.



Jakob Kaikkis.



Michael Heintschel



Nicolas Eilken



Thomas Reiner

Fotos: Print city

die Möglichkeiten, die Material und Technik heute bieten, werden umfassend genutzt.

Eingebettet in eine ganzheitliche Kommunikationsstrategie können Versandverpackungen nicht nur Schutz für das Produkt und Informationen über seine Eigenschaften bieten. Das „Unboxing“, so das Ergebnis eines Hochschulprojekts von Seismographics zur Entwicklung des Pakets zum Kommunikationskanal im Onlinehandel, könne auch zu einem Erlebnis mit hoher Markenbindungskraft werden.

Zu den bislang bestätigten weiteren Referenten gehört auch Thomas Reiner, Geschäftsführender Gesellschafter von Berndt + Partner, einer Unternehmensberatung für Verpackungsanwender und die Verpackungsindustrie. Außerdem ist Reiner Vorstandsvorsitzender des Deutschen Verpackungsinstituts (dvi), Vorstandsmitglied der World Packaging Organisation und Gründungsmitglied des Deutschen Verpackungsmuseums.

Stiefkind Versandverpackung

Auch auf den Vortrag von Nicolas Eilken, Design Director 3D bei Lothar Böhm Associates, dürfen Teilnehmer gespannt sein. Der gelernte Flugzeugbauer betreut internationale Kunden im FMCG-Segment und ist für eine Vielzahl prämiierter Designs verantwortlich.

Eilken verfügt über profundes Wissen in den Bereichen Material und Fertigungstechnologie. Seit 2005 ist er Teilnehmer und Gastredner auf Seminaren und Workshops zum Thema Package Design und Trends. Zwischen 2009 und 2014 wurden Designs von ihm und seinem Team u.a. mit dem red dot und dem iF Gold Award für Produkt Design ausgezeichnet.

Werfen die Referenten jeweils ein Spotlight auf die aktuellen Herausforderungen der Industrie, so greifen die sechs interaktiven Break-Out Sessions diese zentralen Themen rund um das „Value Added Packaging“ wieder auf und vertiefen sie, wobei die Teilnehmer umfassend Gelegenheit zu Diskussionen und Fachfragen haben. Bei der Registrierung zum Packaging Information Forum können die Teilnehmer bis zu vier dieser Sessions nach Interessenslage auswählen. Zur Wahl steht im März beispiels-

weise das Thema Lebensmittelsicherheit, ein zentraler Aspekt bei der Auswahl von Verpackungen, der oftmals durch Risikominimierung zu Gestaltungslimitierung bei gleichzeitig hoher Kostensensibilität führt.

Die Session stellt das neueste Gemeinschaftsprojekt der PrintCity-Partner im Detail vor: Anhand eines Commodity-Produktes wurde ein Life-Style-Verpackungssystem generiert, das den Anforderungen nach Lebensmittelsicherheit entspricht und dennoch Möglichkeiten der Differenzierung am PoS aufzeigt.

In Weiterführung dieser Session wird beim nächsten Thema sehr detailliert die Hochveredelung von lebensmittelkonformen Verpackungen diskutiert: Die Breakout-Session „Value Added Packaging Technologien und deren effiziente Umsetzung“ verdeutlicht anhand neuer Verpackungsprojekte der PrintCity-Allianz, hochveredelter Faltschachtelbeispiele und umfangreicher Tutorials aus der Value Added Packaging-Initiative der Allianz die Möglichkeiten und Grenzen der aktuellen Druckveredelung.

Veredelung steht auch im Mittelpunkt einer Session, die sich mit dem Einsatz metallisierter Prägefolien zur hochwertigen Produktdekoration beschäftigt. Diese können neben ihrer aufmerksamkeitsstarken Optik auch zur Interaktion mit den Kunden dienen: Applizierte Markenschutzelemente strahlen Authentizität aus und bieten nicht zuletzt durch die Verknüpfung mit Elementen, die von Smartphones erkannt und verarbeitet werden, einen zusätzlichen Kommunikationskanal.

In einer weiteren Breakout-Session wird ein neues Monopackstoff-Verpackungskonzept vorgestellt, das sich besonders für empfindliche Produkte eignet und im Vergleich zu anderen Packverfahren viele Vorteile bieten soll: Die Verpackung besteht nur aus einem Material anstatt aus einer Kombination und spart dadurch Prozessschritte ein. Sie ist zudem benutzerfreundlich sowie leicht zu handhaben und zu öffnen. Session Nummer fünf beschäftigt sich mit dem Druckverfahren an sich und mit der Frage, ob der Digitaldruck ein Weg aus dem Dilemma zwischen der Forderung nach kürzeren Durchlaufzeiten und kleineren Losgrößen einerseits und der Reduzierung von Ma-

terial und Kosten andererseits sein kann. Neue Technologien, die in Sachen Produktivität und Qualität zum Offsetdruck aufschließen, scheinen hier eine Lösung zu bieten: Anhand eines Beispiels aus dem Kosmetikbereich wird dargestellt, welche Möglichkeiten der Digitaldruck in Verbindung mit hochwertiger Veredelung bietet.

Kontakte knüpfen und pflegen

Bei der Breakout-Session Nummer sechs rückt schließlich der Workflow in der Verpackungsindustrie in den Blickpunkt: Übergreifende Vernetzung und Lean Management sollen zu mehr Prozesseffizienz führen – vom Consulting über Design, Artwork, Colour Management, Reproduktion, Tooling bis hin zur Druckbegleitung. Die Teilnehmer können mit den Experten darüber diskutieren, wie diese Vernetzung gestaltet werden und wie sie Mehrwert generieren kann.

Apropos Vernetzung: Raum für Diskussionen bieten auch die großzügig bemessenen „Networking-Breaks“ – Pausen in entspannter Atmosphäre und ein gemeinsames Dinner sollen den Teilnehmern des Packaging Inspiration Forums Raum und Zeit geben, mit den anwesenden Vertretern von Unternehmen und Spitzenorganisationen der Verpackungsbranche oder anderen Teilnehmern ins Gespräch zu kommen und sich auszutauschen.

Andreas Tietz ■

Hintergrund

„Connection of Competence“

In der PrintCity-Allianz kooperieren Unternehmen aus den Bereichen Druck-, Verpackungs- und Verlagswesen im Rahmen einer ‚Connection of Competence‘ über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg. Ziel ist die Förderung der Wertigkeit in Druck und Verpackung. Dazu bringt das Netzwerk weltweit führendes Know-how seiner Mitgliedsunternehmen zusammen und stellt dies über Seminare, Messen und Ausstellungen, Projektstudien und Publikationen nach außen dar.