

DIREKTVERMARKTERMESSE AB HOF IN WIESELBURG

Regionalität und Qualität wichtiger denn je (III)

Der letzte Teil unseres Messerundgangs ist dem Bereich Aufmachung und Verpackung gewidmet. Und auch hier zeichnet sich ein deutlicher Trend ab: Regionalität und Qualität sollen zusätzlich durch Individualität herausgestellt werden – kein Problem, wie das vielfältige Programm der anwesenden Firmen zeigt.

Ein wichtiger Ausstellungsschwerpunkt waren auch in Wieselburg die Aufmachung und Kennzeichnung der Produkte, die direkt vermarktet werden sollen. Die Zeiten, in denen nach 08/15-Schema in Einheitsflaschen abgefüllt wurde, sind endgültig vorbei.

WERBEIDEEEN UND ETIKETTEN – AUCH FÜR KLEINE BETRIEBE

Eine breite Palette an selbstklebenden Werbe- und Produktetiketten zeigte die WIR – Werbeideen und Etikettendruckerei Reissner GmbH bei der Ab Hof. Die von den Eltern gegründete Firma Etiketten Reissner GmbH ist mittlerweile vollständig an die 2009 von den beiden Jungunternehmerinnen Jasmin und Saskia Reissner gegründete WIR-GmbH übergeben und

damit der Generationenwechsel vollständig vollzogen worden. Wie Jasmin Reissner berichtet, wurden auch andere Sparten wie Kosmetik oder Süßwaren in das Portfolio genommen. Zudem ermöglichen neue Produktionsanlagen der Vöhringer Druckerei mehr Flexibilität, u. a. hochwertigere Veredelung samt Prägung. Von der Beratung über die grafische Gestaltung bis zum fertigen Produkt werden sämtliche Fertigungsstufen unter einem Dach abgewickelt. Der Trend geht klar zu individuellen und maßgeschneiderten Werbemitteln. Erfreulich ist für die Abfindungsbrenner, dass die Herstellung von Etiketten in Kleinmengen für Brände oder andere Produkte nach wie vor praktiziert wird.

Reissner stellt fest, dass die Brenner inzwischen sehr viel mehr Wert auf hochwertige Etiketten legen als noch vor Jah-



Halbautomatische Etikettiermaschine „Gabrielle“ von Elvo Coding.

ren, weil sie der Vermarktung förderlich sind. Oft werde auch zweigleisig gefahren, d. h. mit einer preiswerteren und einer hochpreisigen Schiene, wobei die Etiketten entsprechend angepasst sind. Spürbar sei ebenso die verstärkte Auseinandersetzung und ein Mehr an Wissen über die Etikettierung. Marketing werde ernst genommen, Verpackung spiele inzwischen eine größere Rolle. Das alles erleichtere einen fachlich guten Austausch mit den Kunden.

Die WIR-GmbH bietet eingehende Beratung, damit alle notwendigen Angaben auf dem Etikett den EU-Verordnungen entsprechen. Es kommt immer wieder vor, dass einzelne Kontrolleure ihren Spielraum zu Ungunsten der Kunden nutzen, wenn es beispielsweise um eine Abweichung von 0,1 mm bei der Schriftgröße gehe. Bislang waren Anpassungen bei sol-



Traditionelle und innovative Produkte fanden Anklang bei den Messebesuchern.

Jasmin Reissner (re.) konnte sich über gute Kundenfrequenz freuen.



Beliebte Reissner-Etiketten, teilweise mit Prägung.

Die halbautomatische „Smart Eco“, auch von Elvo Coding, etikettiert liegende Flaschen.



Eine komplette Einheit bilden die beiden Factum-Schraubgläser im Geschenkkarton.



Factum Glaslinie mit kupferfarbenem, hohem Schraubdeckel.

Neu bei Etivera: Schwarz lackierte Flaschen der Viva-Serie und GPI-Verchluss.



chermaßen fehlerhaften Etiketten kostenlos. Reissner empfiehlt den Brennern auch die einschlägigen Schulungen, bei denen die Erfordernisse der korrekten Etikettierung vermittelt werden.

Für die kleinen „Selberrmacher“ bietet die Reissner GmbH Zubehör wie eine halbautomatische Etikettiermaschine, eine manuelle Etikettierhilfe zum gleichmäßigen Anbringen von Rollenetiketten oder einen kompakten Thermotransferdrucker zum bedarfsgerechten Nachdrucken von Etiketten mit Chargen-Nr. Sortenbezeichnung.

ETIKETTIEREN LEICHT GEMACHT

Neu ist die halbautomatische Etikettiermaschine „Gabrielle“ von der ELVO Coding GmbH & Co.KG. Sie eignet sich besonders für kleine und mittlere Betriebe zum Aufspenden selbstklebender Etiketten. Das System verfügt über zwei Spender zum Aufspenden von Bauch- und Rückenetiketten. Theoretisch könnte auch nur mit einem Spender gearbeitet und zusätzlich noch eine Medaille vorne aufgebracht werden, die sich z. B. hälftig auf dem Bauchetikett befindet. Auch ein Siegeletikett (auf dem Deckel von Honiggläsern) oder ein rundum laufendes Bauchetikett können aufgebracht werden. Durch Tastendruck wird dem System vorgegeben, welcher Spender etikettieren soll, und im Hauptmenü können eine Vielzahl von Funktionen angewählt werden wie Nacheetikettierung, Deckeetikettierung oder eine Codierung mittels eines Codiersystems,

um eine Chargennummer aufzudrucken.

Bei nur einem Etikett kann eine Person bequem 450 Flaschen in der Stunde etikettieren. Laut Matthias Volkmann liegt das schon über dem normalen Maß für einen Einzelbrenner; dieses Tischetikettiersystem wird in der Regel von Verschlussbrennern gebraucht.

Das Pendant zum Typ „Gabrielle“ ist die halbautomatische Maschine „Smart Eco“, die das Etikett nicht auf die stehende, sondern auf die liegende Flasche aufbringt. Das Gerät eignet sich für jeden, der nur ein Etikett verwendet. Die „Smart Eco“ erfüllt bei weitem die Leistung, die der Abfindungsbrenner üblicherweise braucht. Die Maschine wird auch an die Industrie verkauft, wo sie in Einzelarbeitsplätzen eingesetzt wird. Sowohl der Motor als auch die Steuerung sind für industrielle Nutzung ausgelegt und von langer Haltbarkeit. Die „Smart Eco“ ist für Flaschen mit einem Außendurchmesser des Flaschenbodens von 40 mm bis 120 mm ausgelegt.

Schlüsselfragen für die Wahl einer Etikettiermaschine sind Produktmenge, Produktformen und die Anzahl der Produkte. Aufgrund dieser Angaben empfiehlt Volkmann dann ein für die Aufgabenstellung passendes Gerät. Durch die Flexibilität in der Auswahl und den Varietäten ist mit leichten Einschränkungen sogar die Etikettierung sechseckiger Gläser möglich. Allerdings kann dieser Anspruch nur mit Vollautomaten wirklich gut erfüllt werden; die sind aber für 99 % aller Konfitürenhersteller im kleineren Stil bzw. für Direktvermarkter zu teuer.

Sowohl für kleinere Betriebe als auch für Gewerbebetriebe bietet Etivera Verpackungstechnik GmbH beispielsweise den Etikettendrucker Toshiba B-EX4T1 mit einer Druckauflösung von 300dpi an. Er kann entweder mit einem PC als Standalone-Lösung verwendet werden, oder auch in automatische Anlagen verbaut werden.

Sowohl Elvo Coding als auch Etivera liefern neben Geräten Etiketten-Lösungen. Laut Geschäftsführer Peter Kulmer geht es bei Etivera nicht nur um gutes Flaschendesign, sondern auch um gute Etikettierbarkeit, d. h. einen möglichst hohen, zylindrischen Flaschenkörper, der in der Weiterverarbeitung gut funktioniert. Das ist bei sehr extravaganten Flaschen (konisch oder bombiert) mitunter schwierig. Dieses Bestreben rührt natürlich auch daher, dass der Verpackungsgroßhändler Etivera selbst Etikettenproduzent ist. Dort sind in den letzten zwei bis drei Jahren die Relief/Lack-Veredelungen gefragt, wo man nach dem Drucken mit einem Siebdruck noch mal einen Klarlack aufbringt und ein Logo verwendet statt Goldprägung.

FLASCHEN – VON EINFACH BIS HOCHWERTIG

Im Bereich Spezialglasflaschen oder Edelbrandflaschen hat der steirische Anbieter Etivera Verpackungstechnik GmbH 2015 die Viva-Serie eingeführt, zunächst in den drei Größen 0,2 l, 0,35 l und 0,5 l. Neu hinzugekommen ist jetzt ein kleineres Modell mit 100 ml Inhalt und ein größeres mit 700 ml. Die Serie wird gerne für fassgelagerte Brände, Whisky oder Gin eingesetzt, vielfach mit den entsprechenden Geschenkkartonagen, die seit 2016 als Sortimentserweiterung hergestellt werden.

Im Bereich Weithalsgläser für Konfitüren wurde die Glasserie Factum (Schraubgläser mit hohem Deckel) erweitert. Wiederum neu ist das Modell mit 380 ml, ein hohes, schlankes Glas. Die starke Nachfrage im Verkauf deutet auf zwei Trends hin. Interessanterweise hat die neue Form des Factum-Glases in Italien sofort eingeschlagen, ist aber regionsspezifisch, z. B. für Honig. Während die südlichen Nachbarn mehr Wert auf schönes Design legen, heißt es in Österreich, man komme mit dem Löffel nicht so gut ins Glas.

Kundenwünsche haben auch die Farbgebung beeinflusst. Die Viva-Edelbrand-

flaschen sind nun in mattem Schwarz erhältlich. Auch bei den Factum-Gläsern wurden zwei Größen mit mattschwarzer Beschichtung versehen. Eines davon gewährt durch einen schmalen Sichtstreifen Einblick auf das Produkt, das andere Modell bietet kompletten Lichtschutz. Generell stehe bei Flaschen aber das Design im Vordergrund. Deshalb hat auch die bestehende Bega-Flaschenserie aus hoch reinweißem Glas, eine geschützte Eigenserie von Etivera, jetzt neu mit mehr Glasgewicht und etwas weniger Höhe, an Design und Ausführung gewonnen.

Abgegeben wird die Kartoneinheit mit etwa 150 Stück, ansonsten palettenweise. Die Deckel gibt es ab ca. 1000 Stück in Kartons oder unterverpackt immer zu 50 Stück, aus Hygienegründen nicht lose.

NON-REFILLING-VERSCHLUSS: EIN SCHELM, WER BÖSES DABEI DENKT

In der Verschlusstechnik ist der GPI-Verschluss bei Etivera für Edelbrand Standard, zumindest bei der Viva-Serie. Neu ist der GPI mit einem Ausgießer, der auch zum händischen Verschließen geeignet ist. Es ist ein Non-refilling-Verschluss, der nach dem Einsetzen nicht mehr entfernt werden kann, ohne zerstört zu werden. Damit soll verhindert werden, dass die Flaschen mit einer günstigeren Spirituose (an einer Bar) oder einem anderen Öl wieder befüllt werden. Der Verschluss enthält eine Glaskugel, die für einen konstanten Durchfluss sorgt, unabhängig davon, ob die Flasche beim Ausgießen leicht schräg oder steiler gehalten wird.

Wie Ralf Striegnitz, Marketing & Vertrieb bei Reis Flaschengroßhandel GmbH, Auskunft gibt, sind Verpackungen immer



Trendige schwere Flaschen, Schraubgläser und eine Wasserflasche aus der Rex-Serie (Müller Glas).

von Interesse, wenn Brennereien die Wertigkeit ihres Produkts unterstreichen möchten. Das geschehe beispielsweise durch die Abgrenzung von den Modellen Opera oder Platin zu einer Flasche mit einem hohen Gewicht wie das Modell Nocturn oder in zylindrischer Form Kendo und Kengan. Darüber hinaus sei die Personalisierung in Form von Zinnetiketten oder auch mit Bedruckung stärker im Kommen.

Als Ausstattung kommt es auch auf Korke, Verschluss oder Ausgießer an. Hinsichtlich Verpackungen, die üblicherweise in großen Stückzahlen produziert werden, hat Reis zusammen mit der Firma V-Projekt eine gute Lösung gefunden, wonach kundenbezogene Verpackungen hergestellt werden können. Diese werden nicht mehr gestanzt, sondern „geplottet“, d. h. die Verpackung kann sozusagen einzeln

ausgeschnitten werden, so dass auch nur 50 oder 100 Stück geliefert werden können. Auf jeden Fall sind solche Verpackungen in Kleinmengen fest kalkulierbar. Seit Oktober letzten Jahres greifen Brennereien verstärkt auf diese Verpackungsart zu, weil das eigentliche Produkt in der Flasche beispielsweise mal mit zwei Weithalsgläsern oder einem Ausgießer ergänzt und aufgewertet werden kann. Diese Nische spreche sehr viele Brenner an.

Das Thema Zinnetiketten, eigentlich ein bisschen historisch, mehr französisch und etwas altbacken, wird jetzt modern interpretiert und dient der zusätzlichen Personalisierung mit einem gewissen Touch. Ein selbstklebendes Zinnetikett kann im Nachhinein auf die Flasche aufgeklebt werden. So könnte das Logo des Kunden von einem Briefbogen auf das Zinnetikett übertragen und in Haptik und Optik edel gestaltet werden, sei es antik, coloriert, kupfer- oder goldfarben.

Der Trend im Bereich des Weithalsglases für Marmelade bzw. Konfitüre geht derzeit zu Gläsern mit hohem Deckelrand. Der erzeugt im Regal schon mal eine gewisse Aufmerksamkeit, die wiederum die Wertigkeit des Produkts steigert. Da es immer mehr Single-Haushalte gibt, haben sich die Größen der Marmeladegläser geändert. Während ein Marmeladenglas früher 320 oder 370 ml fasste, liegt der Anspruch inzwischen in einem Bereich von 200 bis 240 ml, zumal die Konsumenten sich das Vergnügen der Auswahl gönnen möchten. Das gleiche Phänomen beobachtet Striegnitz bei den Bränden, wo Flaschengrößen



Frei zugängliche Papierführung sorgt beim Etikettendrucker Toshiba B-EX4T1 von Etivera für gute Bedienbarkeit.

Zinnetikett von Reis Flaschengroßhandel.

Personalisierung der Korke mit einem Label (Reis).

Mit Apfelsaft-Design bietet Eurobox 3- und 5-l-Umkartons für Bag-in-Box-Systeme an.



zwischen 100, 200, 350 und 500 ml am meisten nachgefragt werden; 700 ml hat auch noch eine Berechtigung, auch Literflaschen, aber nicht mehr so wie vor fünf oder sechs Jahren. Das liege wohl auch an der anderen, moderneren Generation.

WEG VOM TRADITIONELLEN?

Es gebe auch einige Brenner, die jenseits des Standards einen etablierten Edelbrand in eine zylindrische oder bauchige Flasche füllen. Sehr gut ließe sich im Weihnachtsgeschäft testen, ob eine neue Verpackung parallel zur gewohnten die Aufmerksamkeit des Kunden gewinnt.

Auch bei der traditionellen Saftflasche berichteten Produzenten (Brenner) von gesteigerter Nachfrage der Konsumenten bei unkonventioneller Verpackung. Beispielsweise Saft in einem hohen Weithalsglas, aus dem direkt getrunken werden kann. Ein Revival erlebe auch das uralte „Oma-Glas“ mit den „Öhrchen“. Lange Zeit auf gleichbleibendem Niveau vermarktet, ist es jetzt wieder überaus gefragt, weil es von Ab-Hof-Läden oder Metzgereien als Suppenglas verwendet wird. Es fasst eine Portion und kann beim nächsten Suppenkauf gegen eine neue Suppe getauscht werden. Das ist eine neue Entwicklung.

Bei aller Vielfalt der Verschlüsse sind auch bei Reis Kombinationen mit Ausgießer im Kommen, bei denen der Strahl etwas reduziert ist. Dadurch sei das Dosieren leichter, und für den Kunden in der Gastronomie habe es den Anschein, viel eingegossen zu bekommen. Personalisierung

mit Label kommt auch bei den Korken immer mehr auf. Inzwischen gebe es in diesem Bereich Anbieter, die kleinere Stückzahlen lasern können. Selbst Verschlüsse aus Plexiglas können an den Seiten oder am Kopf gelasert, oder in verschiedenen Farben hergestellt werden.

HOCHWERTIGKEIT UND NOSTALGIE

Mit Flaschen und mehr war die österreichische Handelsgesellschaft Müller Glas aus Göttesbrunn in Wieselburg vertreten. Müller arbeitet mit den größten und namhaftesten Glashütten Europas zusammen. Die schönsten Flaschen - sozusagen High-End-Produkte - sind massiv, schwer und farblich besonders rein. Die Kundschaft lege auch Wert darauf, von günstigen Glasverpackungen wegzukommen und wähle zunehmend hochwertigere Modelle.

Besonders stolz ist die Firma auf ihr jüngstes Kind, die original Rex-Gläser, die seit gut 30 Jahren nicht mehr auf dem Markt erhältlich waren. Müller hat das gesamte Sortiment mit dem originalen Schriftzug wiederbelebt und hinsichtlich Qualität und Zweckmäßigkeit etwas modernisiert. Die Gläser sind für Konfitüre, eigentlich aber für sämtliches Füllgut geeignet, halten -30 °C zum Eismachen ebenso aus wie 250 bis 280 °C beim Brotbacken und sind damit temperaturstabil. Alle Teile sind wieder verwertbar und spülmaschinenfest. Der Dichtring aus Naturkautschuk kann mehrmals verwendet werden, so dass sich der etwas höhere Preis im Gegensatz zu einem Schraubglas, bei dem der Deckel immer nur für einmaligen Gebrauch bestimmt ist, wieder amortisiert.

Neu sind die Einmachgläser der Marke myRex, die mit hochgezogenem Twist-off-Deckel erhältlich sind, aber auch mit Außengewindedeckel (Homecanning GPI), die auch bei Kaltabfüllung (Honig, Pesto) zu 100 % abdichten. Bei einem normalen Glas gibt es keinen vollständigen Gewindengang, d. h. der Deckel kann überdreht werden oder dichtet nicht ab, vor allem, wenn kalt abgefüllt wird. Das Außengewindeglas hat ein durchgehendes Gewinde, an welchem der Deckel geschmeidig entlangläuft. Es bedarf also einer ganzen Umdrehung, um das Glas zu verschließen. Der große Vorteil zeigt sich beim Transport mehrerer Gläser nebeneinander. Während bei üblichen Gläsern die Deckel Kontakt haben und aufspringen können, wenn die Gläser nebeneinander

verpackt sind, trifft beim myRex-Glas nur Glas auf Glas, die Deckel stoßen nicht aneinander.

Mehr und mehr im Kommen sind auch sogenannte Sturzgläser. Diese sind innen ganz gerade, ohne Schulter und eignen sich somit zum Abfüllen von Schmalz oder Pasteten, Produkten, die man stürzen bzw. restlos entnehmen kann. Sturzgläser sind günstig, es gibt sie in fast allen Größen.

EUROBOX LOGISTIKSYSTEME

Eurobox ist ein junges Unternehmen, das sich mit dem Vertrieb und der Herstellung von Mehrweggebinden für logistische Zwecke beschäftigt. Niederlassungen sind in Theresienfeld, Niederösterreich, und Ostfildern. Zu sehen war u. a. ein System für Flüssigkeitsverpackung von 3 bis 1000 l. Für Konsumenten und Gastronomie sind Verpackungen von 3 bis 20 l geeignet. Nach dem Bag-in-Box-System wird Saft in Beutel eingefüllt und in einen Umkarton gegeben; der Saft kann gezapft werden, ohne dass Luft in das Füllgut eindringt. Die Haltbarkeit ist angebrochen wesentlich länger als in einer Flasche, bei Saft sogar ungekühlt 6 bis 8 Wochen. Die neue Ökobox enthält 25 % Grasanteil und erscheint im neuen Apfelsaft-Design, das von vielen Kunden gebraucht wird und für Apfelsaft, Apfelmilch oder alle apfelhaltigen Getränke konzipiert ist. Die Verpackungen sind auch in Kleinmengen erhältlich und können mit Kundenetiketten gekennzeichnet werden.

Nur die kleinen Kartons mit drei und fünf Litern Inhalt werden in der Regel bunt bedruckt. Die größeren für die Gastronomie, die lediglich funktionell sein müssen, werden in neutralem und unempfindlichem Braun geliefert. Bereits ab einer Bestellmenge von 2500 bzw. 5000 Kartons kann ein hochwertiger Druck nach eigenem Kundendesign produziert werden.

Für die Befüllung der Kartons bietet Eurobox eine manuelle Abfüllanlage mit integrierter Waage an. Während das Vorgängermodell nur händisch bedient und der Inhalt zusätzlich mit einer Waage kontrolliert werden musste, bietet die neue, sozusagen halbautomatische Abfüllanlage mehr Komfort. Mit integrierter Wiegezelle und Touchscreen wird einfach das gewünschte Taragewicht eingegeben, dann stoppt die Abfüllung automatisch beim Erreichen des eingestellten Füllinhalts.

Text und Bilder: Anette Gerhold