

Was draufsteht, muss auch drin sein

Flexible Dekoration von Mehrweggebinden

Bis in die 1990er-Jahren hatte Einweg gegenüber Mehrweg nur den logistischen Vorteil. Im von mittelständischen Abfüllern geprägten Deutschland überwogen die Nachteile des größeren Wettbewerbsdrucks am Verkaufsort, der geringeren Kundenbindung und auch des geringeren Umsatzes pro verkaufter Einheit.

Die Stagnation am Getränkemarkt führte zu einem insgesamt höheren Wettbewerbsdruck, mit einer Vielfalt neuer Sorten und Aktivitäten, welche zulasten des gewinnbringenden Mehrwegsektors und zugunsten des Einwegsektors führte. Es wurde deutlich, dass idealerweise auf der Kiste genau das draufstehen sollte, was drin ist. Der Verbraucher, der die Selbstbedienung im Lebensmitteleinzelhandel Dank der starken Präsenz der Discounter zunehmend verinnerlicht hatte, wollte umfassende Information auf den ersten Blick.

In den letzten Jahren machte man sich mehr und mehr Gedanken, welche Gebindeform für den Markt und vor allem für das eigene Unternehmen ideal ist. Hier spielen auch die begrenzten Rohstoff-Ressourcen, vor allem bei der Kartonagen-Produktion, eine Rolle. Auch bei den Global Playern stellte man fest, dass in einem von mittelständischen Brauereien geprägter Markt wie Deutschland ein Mehrweggebinde gegenüber dem Einweg vorteilhaft ist. Allerdings muss der Kunde auf den ersten Blick erkennen, was drin ist.

Laut GfK fallen knapp 70 Prozent der Kaufentscheidungen unmittelbar am Point of Sale (PoS). Der Kunde muss die Botschaft bezüglich Marke, Sorte und Werbung/Promotion, welche er aus den Medien kennt, sofort und unmittelbar am Vorbeigehen erkennen. Diese 0,2 Sekunden, welche sich der Verbraucher dem Produkt widmet, müssen reichen.

Anforderung: Dekoratив und logistisch

Mit einer individualisierten Kennzeichnung, wie beispielsweise Produkteinführungen von Beck's Gold, Level 7, Chilled Orange usw. (Sleeves),

- erkennt der Kunde das Produkt auf den ersten Blick
- sind immer genügend Kästen auf Lager zur Optimierung des Abfüllprozesses
- können Promotion-Aktionen aus den Printmedien eins zu eins auf das Gebinde am Verkaufspunkt umgesetzt werden
- gibt es keine Hemmschwelle bei Produktneueinführungen
- können ohne großen Aufwand Tests am Markt in Bezug auf Produkterkennung/Wirkung, kongruierende Motive durchgeführt werden.

Bis auf wenige Ausnahmen wie Beck's und Franziskaner werden Getränkekästen selbst nicht durch Aufdruck der Sorten individualisiert. Es fehlte bisher am Markt an brauchbaren Systemen, welche diesen individualisierten Aufdruck kostengünstig aufbringen und wieder rückstandslos entfernen.

Permanent individuell mit Sorten bedruckte Kästen sind mit hohem Invest und operativen Betriebskosten verbunden und dennoch für Promotion-Aktionen bedingt geeignet. Höhere Invest und operative Betriebskosten resultieren durch:

- Anzahl benötigter Kästen steigt durch individualisierte Kästen etwa um 10 Prozent pro Sorte (Invest in Kästen und Flaschen!)
- Lagerbedarf erhöht sich von ca. 15 Prozent der benötigten Kästen auf etwa 30 Prozent, durch Überschuss/Unterdeckung bei einigen Sorten, zum Beispiel aus saisonalen Gründen, Aktionen oder weil die Verkaufszahlen wegen der Witterung oder des Wettbewerbs rasch ansteigen oder sinken

Hans Eisenbichler

Jahrgang 1960, absolvierte ein BWL-Studium mit Schwerpunkt Marketing. Hatte von 1992 bis 1998 die Geschäftsleitung bei der Firma Carl Hirsch (Flaschengroßhandel, Etikettierung von Getränkekästen) inne. Danach ging er den Weg in die Selbstständigkeit, die im März 1999 in der Gründung der Faktor GmbH (www.faktor.de) mündete, einem Unternehmen, das unter anderem kompakte, mobile Sortieranlagen anbietet. In der Getränkebranche fungiert er zudem im Bereich temporäre Dekoration im Mehrwegbereich als freier Berater für die Firmen Engelhardt, Bohrer und Schöller Arca Systems.





Mit einer individualisierten Kennzeichnung durch flexible Dekoration erkennt der Kunde das Produkt auf den ersten Blick.

- Logistik. Das Sortieren im Rücklauf, die Aufteilung in den verfügbaren Lagerbereich, weitere Wege für die interne Logistik
- Promotion erfordert vor Ort dennoch zusätzlichen Aufwand an Flyern, Schildern, Infotheken
- Abfüllchargen sind aufgrund der Verfügbarkeit einzelner Sorten oft nicht optimal
- Die Reaktionszeit für Spotgeschäfte, schnell ansteigende/abfallende Umsätze ist zu lange.

Diese Kästen haben keine Werbefläche für Promotion, Produkteinführungen und andere Aktivitäten (z. B. Fußball-Weltmeisterschaft). Um im Mehrweg-Bereich die Transparenz und letztendlich Attraktivität der Einwegprodukte zu erreichen, muss dieser Bereich in die Lage versetzt werden, genau das nach außen zu präsentieren, was drinnen ist. Dies betrifft sowohl den dekorativen als auch den logistischen Bereich.

Methoden flexibler Dekoration

Am Markt tastete man sich an die flexible Dekoration heran. Im Folgenden werden verschiedene Methoden vorgestellt:

- Temporäres Bedrucken und Abwaschen. Das Projekt wurde von Heineken angestoßen. Je nach Verwendungsdauer und Häufigkeit des Abwaschens entstand ein Schatten, welcher sich nicht mehr entfernen ließ. Das Projekt ist eingestellt worden.
- Bedrucken von beschichteten Etiketten, welche rückseitig punktuell bedruckt sind und an definierten Abblaskanälen durch Druckluft wieder entfernt werden. Wird zum Teil bei Fachgroßhändlern, welche mit Mehrweglogistik arbeiten, angewendet. Etiketten sind nur für Logistikaufdruck (wenig bedruckte Fläche, eine

Farbe) geeignet, Kleberückstände, undefiniertes Ablösen, punktuelle Beklebung verteuert das Produkt erheblich.

- Bei Wasserzufuhr sich darin auflösende Etiketten. Werden zum Teil für EAN 128-Kennzeichnung verwendet. Das Etikett löst sich im Kastenwascher auf, allerdings nicht bei vollflächiger Bedruckung (dieser bleibt als Film ganz oder in Teilen erhalten). Geeignet für Logistiketkettierung, mit Mengeneinschränkung (bei Kästen werden auf einer Palette zwei Etiketten angebracht, also nicht jeder Kasten bringt dieses Material in den Kastenwascher aus). Der Preis ist etwa fünfmal so hoch wie ein vergleichbares Papieretikett.
- Einstecker. Zu unterscheiden sind hier Mehrwegplatten, meist aus Kunststoff, und Einweg-Einstecker aus Kartonagen. Im Getränkebereich unbeliebt, da oft vom Verbraucher am Verkaufspunkt zurückgelassen. Meist aus Kostengründen nur einseitig aufgebracht. Manuelle Entfernung.
- Sleeve der Kästen. Das Sleeve dekoriert alle Seiten und wurde zum Beispiel von Beck's und Hasseröder für Produkteinführungen verwendet.
- Temporär Etikettieren von Etiketten mithilfe eines Nassleims/Kaltleims, welche nach Rücklauf wieder abgelöst werden.
- RFID im logistischen Bereich. Denkbar aber auch im Consumer-Bereich, wo Kunden mittels Transpondercode weiterreichende Informationen erhalten, wie mit Barcodescannern bereits in einigen Fachmärkten möglich und üblich.
- Trendetikett oder Liftlabel „Semmi-Permanentes System“, Beispiele Carlsberg und Störtebeker (siehe Abbildung).



Bei Störtebeker wurde ein „Semmi-Permanentes System“ verwendet. Diese Kunststoffetiketten überstehen den Kastenwaschvorgang und können je nach Wunsch nach einem Umlauf, mehreren Umläufen oder auch nach fünf Jahren rückstandsfrei mittels Hochdruckwasserstrahl wieder abgelöst werden.

Die Nassleim-Etikettierung

Es zeigt sich in letzter Zeit, dass sich eines der hier aufgelisteten Systeme, welches sich bereits seit 50 Jahren bei Flaschen bewährt, zunehmend auch im Kasten-Bereich zum Einsatz kommt: Die automatische Nassleim-Etikettierung. Das System ist preiswert und schnell genug für den Einbau in die Abfülllinie. Man kann großflächig die Werbung in guter Druckqualität aufbringen und das Ganze wieder ablösen.

Bei Beck's und Franziskaner wird dies seit Jahren so gehandhabt. Aufgrund des vorhandenen Kastendesigns ist das Etikett etwas unscheinbar als Störer in eine Ecke gedrängt worden. Hassia etikettiert zum Beispiel ihren neuen GDB-Kasten.

Das Nassleimsystem bei Flaschen wurde im Laufe der Zeit standardisiert, die Etikettier- und Ablösesysteme unterscheiden sich nur in Details. Im Ablösebereich kommt bei Glasflaschen die Waschtemperatur mit ca. 80 °C und Verweildauer mit ca. 20 Minuten der Flaschen der Ablösung der Etiketten zu Hilfe. Ganz nebenbei werden die Etiketten aufgeweicht und lösen sich fast selbstständig von der Flaschenoberfläche ab.

Diese Desinfektions- und Reinigungstechnik wird bei Kästen so nicht angewandt. So haben die Kästen je nach Waschanlage im Reinigungsprozess eine maximale Verweildauer von 30 Sekunden und eine Waschtemperatur von 40 bis 60 °C. Dies reicht nicht zum sicheren Ablösen der Etiketten. Auch sind die bestehenden Kastenwascher nicht für den Austrag großer Mengen von Kästen abgelöster Etiketten gebaut.

Am Markt finden mehrere Systeme zum rückstandslosen Ablösen der für den temporären Einsatz aufgebrauchten Etiketten von Mehrwegbehältern Anwendung:

- Abblasen von partiell/punktuell mit Leim beschichteten Etiketten mittels Luftstrahl, zum Beispiel im Pharmazie-Großhandel
- Abschälen der Etiketten mittels Hochdruckwasserstrahl von mehreren hintereinandergeschalteten Düsen, zum Beispiel bei Beck's
- Abschälen der Etiketten mittels Hochdruckwasserstrahl aus schnellumlaufenden Fräsdüsen; wurde zum Beispiel bei Krombacher eingesetzt

- Aufstellen des Etikettes mittels Reibrad und Absaugen mittels Vakuumpumpe (Technik von der Firma Renner), zum Beispiel bei Hassia Mineralquellen.

Der Nassleim, wie er bei der Etikettierung der Flaschen verwendet wird, verändert je nach Umgebungstemperatur und Luftfeuchtigkeit seine Haftkraft und Konsistenz. Dies erschwert den Ablöseprozess.

INNOWATECH
www.innowatech.de

INNOWATECH
HyClean Concept®

Reduziert Abfüllkosten
um bis zu 2 Cent / Liter

Beratung und Referenzen:
Tel. +49 (0) 7485 97 87 47-0
info@innowatech.de

Das Abziehen und anschließende Absaugen des Etikettes ohne Zuhilfenahme von Wasser erscheint auf den ersten Blick einer Lösung mit Hochdruckwasserstrahl innerhalb eines Kastenwaschers (oder auch als eigenständiges Gerät) überlegen. Die operativen Betriebskosten sinken, der Reinigungsaufwand ist niedriger, die Etiketten können sofort verdichtet und dem Recycling-Prozess zugeführt werden.

Allerdings muss man im Ablöseprozess jedes Etikett „erwischen“. Ein Etikett kann man nicht von der Mitte her ablösen, es benötigt eine definierte Stelle, welche dem Ablösesystem 100 Prozent Zugriff gibt.

Technische Ausführung

Die Firma Engelhardt, welche seit Jahrzehnten die Getränkeindustrie mit Mehrwegetiketten beliefert, entwickelt gemeinsam mit den Firmen Bohrer und Türmerleim mit Unterstützung des Autors eine Lösung, welche für ein definiertes, rückstandsloses Ablösen sorgt. Dabei wurde auf Grundlage von umfangreichen Tests ein beschichtetes PP-Material definiert, welches sich unabhängig von Motiv und Größe einfach und frei von Wellen und aufstehenden Rändern platzieren lässt.

Der Leim bindet schnell genug ab, um das Etikett sicher zu fixieren, haftet beim Ablösen vorwiegend auf dem Etikett und beschädigt den Untergrund nicht. Die Firma Bohrer hat ein Ablösesystem entwickelt, welches schon mit 20 bis 25 bar Wasserdruck die Etiketten ablöst. Die Ablösung erfolgt in einem separaten, dem eigentlichen Kastenwascher vorgeschalteten Bereich von etwa 150 cm Länge.

Eventuell vorhandene Leimreste werden dank dieser Vorweiche dann im eigentlichen Kastenwascher entfernt. Durch den relativ geringen Wasserdruck werden keine Hochdruck-Kolbenpumpen benötigt, welche energie- und reinigungsintensiv sind, und es lösen sich die Etiketten in einem Stück ab. Die Etiketten werden definiert ausgelesen und können dem Stoffkreislauf wieder zugeführt werden. Das System ist flexibel, lässt so zum Beispiel mehrere Kastengrößen zu, welche auf der Linie gefahren werden und ist einfach zu handhaben.

Fazit

Die Zukunft des Mehrweg-Systems hängt eng mit der Möglichkeit zu flexiblen Dekorationen zusammen und hilft die für den Verbraucher so angenehme Getränkevielfalt zu erhalten. Mehrweg und flexible Dekoration/Kennzeichnung sollten als System angeboten werden. In bestehenden Märkten sorgt dieses System für die Wettbewerbsfähigkeit gegenüber Einwegsystemen. Die Systempartner, welche die auf das System abgestimmten Komponenten bereitstellen und aufeinander abstimmen, geben dem Anwender damit das erforderliche Vertrauen. □