

Ungefähr 800 Millionen personalisierte Coca-Cola® Etiketten wurden auf HP Indigo Druckmaschinen in ganz Europa produziert



Überblick

Branche: Etiketten & Verpackungen

Firmenname: Eshuis BV

Hauptsitz: Dalfsen, Niederlande

Websites: eshuis.nl



Firmenname: The Coca-Cola Company, Europe

Hauptsitz: Brüssel, Belgien

Websites: coca-cola.com

Herausforderung

- Die Produktion von mehreren hundert Millionen personalisierter Flaschenetiketten für Coca-Cola®, Coca-Cola Zero® und Coca-Cola® light bei einer Vorlaufzeit von nur vier Monaten.
- Das Kult-Rot von Coca-Cola erzielen und Farbkonsistenz über zahlreiche Etikettenverarbeiter und digitale Druckmaschinen hinweg gewährleisten.
- Kombination aus digitalem und konventionellem Druck auf extrem dünner Klebefolie mit einer absolut konsistenten Druckqualität und Farbe.
- Sicherstellen, dass die technischen Spezifikationen der digital mit der HP Indigo gedruckten, personalisierten Etiketten den standardmäßigen konventionell gedruckten Etiketten entspricht, damit die Anforderungen der Abfüllanlagen erfüllt werden.

Lösung

- Ein Netzwerk über mehrere Länder, das acht digitale Etikettenverarbeiter umfasst, die die flexiblen Datenbereiche drucken, und zehn, die die unveränderlichen Bereiche auf konventionelle Art bedrucken. Eshuis verwaltet dabei das gesamte Projekt und einen Teil des Digitaldrucks.
- Die Kampagne 'Share a Coke®' wurde mit insgesamt zwölf HP Indigo-Druckmaschinen bewältigt, darunter die HP Indigo WS6600 Digital Press und die HP Indigo WS6000 Digital Press, die drei Monate rund um die Uhr bzw. 24 Stunden an 5 Tagen die Woche arbeiteten.
- Von HP Indigo vorab gemischte Spezialfarbe, die genau den Rotton von Coca-Cola trifft.
- Integrierte Unterstützung von Eshuis zur Maximierung der Produktivität und Druckkonsistenz über alle Druckstandorte und Maschinen hinweg.

Ergebnisse

- Es wurden ungefähr 800 Millionen personalisierte Etiketten auf insgesamt 12 Druckmaschinen an acht verschiedenen Standorten gedruckt, wobei kumulativ 36.000 Etiketten pro Stunde gefertigt wurden. Für die Personalisierung wurden die 150 beliebtesten Namen aus jedem der über 32 Länder in 15 Sprachen und mit fünf unterschiedlichen Alphabeten verwendet.
- Gewicht, Oberflächenspannung und Bahnspannung der fertigen Etiketten entsprachen genau den standardmäßig gedruckten Etiketten von Coca-Cola, sodass Abfüllbetriebe mit ihren üblichen hohen Geschwindigkeiten arbeiten konnten.
- Die herausragende Farbtreue der von HP entwickelten roten Druckfarbe veranlasste Coca-Cola dazu, sie als Standard für den konventionell bedruckten Teil der Etiketten zu verwenden. Die von HP entwickelte rote Farbe wurde von Coca-Cola auch zur neuen Referenzfarbe für die zukünftige Produktion von Coca-Cola Verpackungen in Europa erhoben.
- Eshuis hat einen neuen Rekord hinsichtlich des Produktionsvolumen auf einer HP Indigo WS6000 Digital Press aufgestellt – 8,2 Millionen Drucke pro Monat gegenüber 4,7 Millionen des vorherigen Rekords.

„Dieses Projekt zeigt, dass sich die digitale Drucktechnologie von HP Indigo für Kampagnen von hohem Umfang einsetzen lässt. Sie ist nicht nur für Aufträge von bis zu 2.000 m geeignet - es handelt sich vielmehr eine äußerst ausgereifte Technologie, die sehr hohe Qualität und größere Volumina produzieren kann.“



– Peter Overbeek, CEO, Eshuis

Bei Eshuis, einem führenden niederländischen Etikettendrucker, sieht man Produktionsherausforderungen als Chancen an – zum einen, um neue, innovative Wege im Bereich der Verpackungen zu finden, zum anderen, um die Kunden noch mehr zu beeindrucken.

Mit dieser „Alles ist möglich“ Einstellung und den fundierten Kenntnissen von Produktionstechniken für Verpackungen wurde Eshuis als primärer Druckpartner und Druck-Projektmanager für die anspruchsvolle, europaweite personalisierte Marketingkampagne „Share a Coke with“ von The Coca-Cola Company auserwählt.

Coke® wird persönlich mit den eigenen Flaschenetiketten

Das grundlegende Konzept der Kampagne war, die 150 beliebtesten Namen für Teenager in bestimmten europäischen Ländern auf die Etiketten für Coca-Cola, Coca-Cola Zero und Coca-Cola light zu drucken. Die Flaschen sollten in den Ladenregalen platziert werden, sodass junge Menschen den Namen eines Freundes auf der Flasche entdecken und diesem eine Coke kaufen sollten. Soziale Medien und elektronische Medien sollten integriert werden, um die Spannung und die Berichte darüber anzukurbeln.

Eshuis war von Anfang an dabei, als Coca-Cola eruierte, ob es sogar möglich sei, eine derartige Kampagne in ganz Europa zu implementieren. Dies würde bedeuten, dass die gängigsten 150 Namen für jedes der über 32 verschiedenen Länder auf drei verschiedene Coca-Cola Produkte gedruckt werden müsste, und zwar in 15 verschiedenen Sprachen und fünf unterschiedlichen Alphabeten. Obwohl dies eine flexible datenbasierte Kampagne ist, war es Coca-Cola bewusst, dass das enorme Volumen individueller Etiketten und die Notwendigkeit, den Abfüllern Etiketten zu liefern, die genau auf ihre bestehenden Fertigungslinien zugeschnitten sind, implizierte, dass weder der konventionelle Druck noch der Digitaldruck dies allein bewerkstelligen könnte.

Kreative Ideen für Verpackungen

„Das Projekt begann mit Fragen von Coca-Cola zur Realisierbarkeit eines Etiketts, das in einem kombinierten konventionellen und digitalen Druckverfahren gedruckt wird“, erinnert sich Peter Overbeek, CEO von Eshuis. „Der konventionelle Druck wurde für die Herstellung des Teils der Etiketten benötigt, der über statische Informationen verfügt. Der Digitaldruck wurde benötigt, um die Namen als variable Informationen hinzuzufügen.“

Als erfahrener Etikettenverarbeiter mit einem flexiblen Sortiment von Flexo-, Offset- und Digitaldrucklinien in Kombination mit umfassenden Design- und Finishing-Möglichkeiten, wusste Overbeek, dass es möglich ist. Die einzige Frage war nur, wie?

Gemeinsam mit Gregory Bentley, European Packaging Innovator von The Coca-Cola Company, und seinem Team hat Eshuis mögliche Ansätze und Lösungen untersucht, einschließlich der Tests dazu, wie sich die personalisierten Etiketten auf den Fertigungslinien in den Abfüllanlagen verhalten würden – eine entscheidende Voraussetzung für das Projekt. Ein weiteres mögliches Hindernis war die Anforderung, das charakteristische Rot von Coca-Cola genau abzustimmen.

HP Indigo Technologie bietet einzigartige Lösung

Es stellte sich ziemlich schnell heraus, dass die digitale Drucktechnologie von HP Indigo die einzige Option für das Drucken des flexiblen Teils des Projekts war.

Gregory Bentley erklärt: „Als wir uns die technischen Kriterien und die Ergebnisse ansahen, die uns als Projektbeschreibung vorlagen, lag die HP Indigo Digitaltechnologie auf der Hand. Durch das Gewicht der Druckfarbe, die Farbtreue, die Druckqualität und -konsistenz sowie einen HP Indigo Druckmaschinen-Bestand in Europa wurde sie schnell zur einzigen Option für diesen Umfang.“

„Wir waren mit dem hohen Maß an Farbtreue, die HP Indigo mit den Druckmaschinen liefern konnte, sehr zufrieden. Wir verwenden jetzt das von HP entwickelte Rot in ganz Europa, um die rote Farbe auf allen konventionell bedruckten Etiketten zu vereinheitlichen.“

– Gregory Bentley, European Packaging Innovator, Coca-Cola Services SA



Die technischen Anforderungen, die durch die 38 Mikron dünne ExxonMobil-Folie erzeugt wurde, die für Coca-Cola Flaschenetiketten verwendet wird, waren ein weiterer Grund, sich für die HP Indigo Technologie zu entscheiden. Overbeek erklärt: „Aufgrund der Bahnspannung und der Zerbrechlichkeit der Folie können keine Rollendruckmaschinen eingesetzt werden. So weit ich weiß, sind die HP Indigo Druckmaschinen die einzigen, die dazu heute in der Lage sind.“

Nachdem die wichtigsten Fragen zur Durchführbarkeit geklärt waren, wurde der Schwerpunkt darauf gelegt, wie der beachtliche Projektumfang zu meistern ist. „Coca-Cola machte sich Gedanken darüber, wie wir potenzielle Probleme lösen und Risiken reduzieren würden“, so Overbeek. „Ihre hauptsächliche Frage war, ob wir über ausreichende Kapazitäten für die Bereitstellung des Projekts verfügen würden, und ich konnte dies immer nur wieder bekräftigen.“

Ein europaweites Netzwerk an HP Indigo Druckmaschinen

Overbeeks Zuversicht hinsichtlich der Kapazität gründete sich auf dem Plan, den Arbeitsaufwand mit Partnerunternehmen zu teilen, die alle gemeinsam als ein koordiniertes, von Eshuis gemanagtes Team zusammenarbeiten würden.

Zu diesem Zweck errichtete Eshuis ein europaweites Netzwerk von acht verarbeitenden Betrieben digitaler Etiketten (darunter Eshuis) und von zehn konventionellen Etikettendruckern.

Als Projektmanager und einer von den digitalen Etikettenverarbeitern war Eshuis für die Unterstützung aller digitalen Anbieter verantwortlich. Eshuis erstellte sofort einsetzbare Druckdateien und verteilte diese an alle digitalen Drucker, sodass die Druckpartner ihre digitalen Druckmaschinen optimal für das Projekt einrichten konnten. Zudem erhielten sie Schulungen darüber, wie konsistente und qualitativ hochwertige Druckergebnisse sichergestellt werden können, die den Standards von Coca-Cola entsprechen, insbesondere für deren

charakteristische rote Farbe. In diesem Zusammenhang entwickelte Eshuis eigens für das Projekt ein starkes Web-Tool, um ein effizientes Projektmanagement und konsistente Qualität über das gesamte Netz hinweg zu ermöglichen.

Um Eshuis dabei zu unterstützen, stellte HP speziell vorab gemischte Farb-Materialien bereit, die dem charakteristischen Rot von Coca-Cola entsprechen.

Die konventionellen Etikettenverarbeiter bedruckten die mehrfarbigen, unveränderlichen Bereiche der Etiketten und schickten sie an die Digitalanbieter, die mithilfe ihrer HP Indigo Digitaldruckmaschinen die individuellen Namen druckten. Danach wurden die Etiketten wieder an den analogen Etikettenverarbeiter zur Lackierung zurückgeschickt und an die Abfüllbetriebe geliefert.

Nur HP Indigo – rund um die Uhr

Im digitalen Netzwerk wurden für das Projekt „Share a Coke with“ insgesamt zwölf HP Indigo Digitaldruckmaschinen über drei Monate eingesetzt, die fünf bis sieben Tage die Woche rund um die Uhr arbeiteten. Zusammen druckten sie 36.000 Etiketten pro Stunde, sodass die fast 800 Millionen erforderlichen Etiketten rechtzeitig zum Start der Kampagne fertig waren.

Eshuis verteilte seinen Druckanteil über vier Monate, da das Unternehmen als erstes an den Start ging. Und es brach den Rekord für den Produktionsumfang auf einer HP Indigo WS6000 Digitaldruckmaschine – nicht nur innerhalb des Netzwerks, sondern über alle weltweit installierten Druckmaschinen hinweg. Eshuis' maximale Produktivität von 8,2 Millionen Drucken im Monat während der Kampagne hat den vorherigen Rekord von 4,7 Millionen übertroffen.

„Ich glaube, wir haben um die acht bis neun Millionen laufende Meter auf der HP Indigo Druckmaschine gedruckt, und das ist für eine digitale Druckmaschine auf keinen Fall normal“, sagt Overbeek.

„Wir haben alle Tages-, Wochen- und Monatsrekorde gebrochen. Wenn wir uns den Monatsrekord auf der HP Indigo WS6000 Digital Press ansehen, lag der alte Rekord meines Wissens bei 4,7 Millionen. Der neue Rekord lautet 8,2 Millionen Drucke im Monat.“

– Marit Kroon, Marketingmanager, Coca-Cola Europe



Herausragende Ergebnisse in jeder Hinsicht

Dieser Prozess führte zu den Etiketten mit personalisiertem Druck, deren physische Spezifikationen genau mit den normalen Etiketten von Coca-Cola übereinstimmen: Eine schon in der Phase der Projektentwicklung entscheidende Voraussetzung. Die Getränkeabfüllanlagen setzten die speziellen Etiketten erfolgreich in ihren Fertigungslinien bei ihrer gewohnt hohen Geschwindigkeit ein, ohne dass es zu Anpassungen des Systems oder Verzögerungen gekommen wäre.

Die vorab von HP Indigo gemischte rote Druckfarbe, die eigens für dieses Projekt entwickelt wurde, hatte einen derartigen Erfolg, dass Coca-Cola Europe sie jetzt als Standard für alle konventionell bedruckten Etiketten verwendet.

„Die Farbe ist für Coca-Cola entscheidend, und wir haben für all unsere Zulieferer strenge Standards hinsichtlich der Farbtreue“, erklärt Bentley. „Wir waren mit dem hohen Maß an Farbtreue, die HP Indigo mit den Druckmaschinen liefern konnte, sehr zufrieden. Wir verwenden jetzt das von HP entwickelte Rot in ganz Europa, um die rote Farbe auf allen konventionell bedruckten Etiketten zu vereinheitlichen. Wenn dieses Projekt abgeschlossen ist, können wir weiterhin den Nutzen daraus ziehen“. Und Bentley berichtet zudem, dass er sich aufgrund dieses Projekts nun auch die digitale Vollfarb-Technologie als nächsten Schritt für Coca-Cola Verpackungen genauer ansehen wird.

Marit Kroon, Marketingmanager von Coca-Cola Europe, betont die positive Wirkung der im Doppelverfahren bedruckten Etiketten: „Wir sind vollauf zufrieden mit dem Ergebnis unserer Etiketten. Die Qualität und das Aussehen sind fantastisch. Dieses Projekt hat die Standards höher gesetzt, an denen wir die Qualität all unserer Etiketten auf dem Markt messen.“

Hoch hinaus mit der HP Indigo Technologie

Nach erfolgreichem Abschluss dieses monumentalen Druckprojekts für Coca-Cola hatte Peter Overbeek von Eshuis nun Zeit, darüber nachzudenken, was die Kampagne „Share a Coke with“ für die Rolle von digital gedruckten Marketingkampagnen bedeutet. „Ich denke dieses Projekt zeigt, dass sich die digitale Drucktechnologie von HP Indigo für Kampagnen von hohem Umfang einsetzen lässt. Sie ist nicht nur für Aufträge von bis zu 2.000 m geeignet - es handelt sich vielmehr um eine äußerst ausgereifte Technologie, die sehr hohe Qualität und größere Volumina produzieren kann.“

Overbeek sieht auch eine Zukunft für die Verknüpfung zweier Technologien, durch die man mehr als nur mit einer erzielen kann. „Die Kombination von konventionellem und digitalem Druck wurde in diesem Umfang noch nicht durchgeführt, und sie erschließt einen komplett anderen Markt für den Digitaldruck. Ich denke, dass es sich für viele Markeninhaber lohnen würde, eine Kombination aus konventionellem und digitalem Druck zu verwenden, um Märkte zu bedienen, die sie vorher nicht abdecken konnten.“

Infos im Netz.
hp.com/go/graphicarts

An Kollegen weiterleiten



© 2013 Hewlett-Packard Development Company, L.P. Die vorliegenden Informationen können ohne Ankündigung geändert werden. Für HP Produkte und Dienste gelten ausschließlich die Bestimmungen in der Gewährleistungserklärung des jeweiligen Produkts bzw. Dienstes. Aus dem vorliegenden Dokument sind keine weiter reichenden Garantiansprüche abzuleiten. HP haftet nicht für technische bzw. redaktionelle Fehler oder für Auslassungen in diesem Dokument.

Coca-Cola Marken sind in den USA und anderen Ländern eingetragene oder nicht eingetragene Marken von The Coca-Cola Company oder anderen.

4AA4-7298DEE, Juni 2013

