

# Bijna 800 miljoen gepersonaliseerde Coca-Cola®-etiketten afgedrukt op digitale persen van HP Indigo in heel Europa



## In vogelvlucht

**Industrie:** Etiketten en verpakking  
**Bedrijfsnamen:** Eshuis BV  
**Hoofdkwartier:** Dalfsen, Nederland  
**Websites:** eshuis.nl



**Bedrijfsnamen:** The Coca-Cola Company, Europa  
**Hoofdkwartier:** Brussels, België  
**Websites:** coca-cola.com

## Uitdaging

- Druk honderden miljoenen gepersonaliseerde flessenetiketten voor Coca-Cola®, Coca-Cola Zero® en Coca-Cola® light, met een uitvoertijd van vier maanden.
- Zorg dat de iconische rode kleur van Coca-Cola overeenkomt en zorg voor kleurconsistentie bij meerdere etikettenfabrikanten en digitale persen.
- Combineer digitaal en conventioneel drukken op ultradunne, zelfklevende film met volledig consistente afdrukkwaliteit en -kleur.
- Zorg dat de technische specificaties van de digitaal afgedrukte, gepersonaliseerde etiketten van HP Indigo identiek zijn aan de standaard, conventioneel afgedrukte etiketten om te voldoen aan de vereisten van de flessenfabriek.

## Oplissing

- Een netwerk dat zich uitspreidt over meerdere landen met acht digitale etikettenfabrikanten die variabele gegevensvelden afdrucken en tien die de statische gegevens op conventionele wijze afdrucken. Eshuis beheert het volledige project en produceert een gedeelte van het digitale drukwerk.
- Totaal twaalf HP Indigo digitale persen, waaronder de WS6600 en de WS6000 waren gereserveerd voor de campagne 'Share a Coke®' en produceerden 24uur/7dagen tot 24uur/5dagen gedurende drie maanden.
- Speciale inkt, voorgemixt door HP Indigo, ontwikkeld om overeen te komen met het rood van Coca-Cola.
- Geïntegreerde ondersteuning van Eshuis om de productiviteit te maximaliseren en op alle afdrুকlocaties en persen consistent te drukken.

## Resultaten

- Bijna 800 miljoen gepersonaliseerde etiketten zijn afgedrukt met een cumulatieve snelheid van 36000 per uur over 12 persen op acht verschillende locaties. De personalisering bevatte de 150 bekendste namen in elk van meer dan 32 landen, in 15 talen en 5 verschillende alfabetten.
- Voltooid etiketten kwamen nauwkeurig overeen met het standaard gewicht, de oppervlaktespanning en webspanning van Coca-Cola-etiketten. Hierdoor konden de flessenfabrieken op hun normale hoge snelheden blijven produceren.
- Door de uitstekende en nauwkeurige kleurovereenkomst van de rode inkt die door HP is ontwikkeld, heeft Coca-Cola dit als standaard aangenomen voor het conventioneel afgedrukte deel van de etiketten. De rode inkt die door HP is ontwikkeld is ook aangenomen door Coca-Cola als de nieuwe referentiekleur voor toekomstige productie van Coca-Cola-verpakking in Europa.
- Eshuis heeft het record verbroken voor productievolume op een digitale pers HP Indigo WS6000: 8,2 miljoen afdrucken per maand tegenover het vorige record van 4,7 miljoen.

'Dit project laat zien dat de digitale printtechnologie van HP Indigo ingezet kan worden voor campagnes met een grote oplage. Het is niet slechts voor taken tot 2000 meter. Het is een zeer volwassen technologie waarmee zeer hoge kwaliteit in grote oplages kan worden geproduceerd'.

- Peter Overbeek, algemeen directeur bij Eshuis



Bij Eshuis, een vooraanstaande Nederlandse etikettenfabrikant, worden productie-uitdagingen gezien als opportuniteiten: om nieuwe manieren te vinden om innovatie toe te voegen aan verpakking en om een nog grotere impact op klanten te bereiken.

Met een aanpakkersmentaliteit en een diepere kennis van productietechnieken voor verpakkingen, is Eshuis gekozen als de primaire printpartner en printprojectmanager voor de ambitieuze, Europese en gepersonaliseerde marketingcampagne 'Share a Coke' van The Coca-Cola Company.

### **Coke® wordt persoonlijk met etiketten op de flesjes**

Het basisconcept voor de campagne was om de 150 bekendste namen voor tieners in de specifieke Europese landen op etiketten voor Coca-Cola, Coca-Cola Zero en Coca-Cola light af te drukken. De flesjes zouden in de winkels geplaatst worden zodat jonge mensen een flesje met de naam van hun vriend konden vinden en een cola voor hem of haar konden kopen. Sociale en elektronische media zouden worden geïntegreerd om het enthousiasme en de verspreiding te bevorderen.

Eshuis werd vanaf het begin erbij betrokken, toen Coca-Cola onderzocht of het mogelijk zou zijn om zo'n campagne op Europese schaal te implementeren. De honderdvijftig bekendste namen voor meer dan tweehonderd verschillende landen zouden moeten worden afgedrukt op etiketten van drie verschillende Coca-Cola-producten, in vijftien verschillende talen, met vijf verschillende alfabetten. Dit zou een campagne op basis van variabele gegevens worden, en Coca-Cola wist dat het enorme volume van gepersonaliseerde etiketten en de behoefte om de flessenfabrikanten etiketten te leveren die precies zijn afgestemd op de bestaande productielijnen betekende dat dit niet haalbaar zou zijn met alleen conventioneel of digitaal afdrucken.

### **Innovatieve ideeën voor verpakking**

'Het project begon met vragen van Coca-Cola over de haalbaarheid van etiketten afdrucken in een combinatie van conventioneel en digitaal afdrucken', herinnert algemeen directeur Peter Overbeek zich. 'Het conventionele afdrucken was nodig om een gedeelte van de etiketten met statische informatie te produceren en het digitale afdrucken was nodig om de namen als variabele informatie af te drukken.'

Als een ervaren etikettenfabrikant met een veelzijdig platform van flexo-, offset- en digitale afdrukklijnen, met uitgebreide ontwerp- en afwerkingsmogelijkheden wist Overbeek dat het mogelijk was. De enigste vraag was hoe.

Samen met de Europese verpakkinginnovator van The Coca-Cola Company, Gregory Bentley en zijn team, heeft Eshuis de aanpak en oplossingen onderzocht die mogelijk waren, waaronder het testen hoe de gepersonaliseerde etiketten zouden presteren in de productielijnen van de flessenfabrieken, een cruciale vereiste voor het project. Nog een potentiële spelbreker was de eis van een perfecte kleurovereenkomst met de iconische rode kleur van Coca-Cola.

### **HP Indigo-technologie biedt een unieke oplossing**

Het werd snel duidelijk dat de digitale printtechnologie van HP Indigo de enige mogelijkheid was voor het afdrucken van het variabele gedeelte van het project.

Gregory Bentley legt uit: 'Toen we naar de technische criteria en de te leveren goederen keken in het projectoverzicht, werd het duidelijk dat de digitale technologie van HP Indigo de oplossing was. Het gewicht van de inkt, kleurovereenkomst, afdrukkwaliteit en -consistentie en de geïnstalleerde exemplaren van de HP Indigo-pers in Europa maakte het de enige optie voor deze hoeveelheid.'

'We waren erg tevreden met het zeer hoge niveau van nauwkeurigheid van de kleurovereenkomst die HP Indigo met zijn pers kon leveren. Nu gebruiken we het rood dat HP heeft ontwikkeld voor Europa om onze rode kleuren te standaardiseren voor alle conventionele etiketten die we afdrucken'.

- Gregory Bentley, Europese verpakkinginnovator, Coca-Cola Services SA



De technische vereisten die verbonden zijn aan de ExxonMobil-film van 38 micron voor etiketten van Coca-Cola-flesjes was nog een reden waarom alleen HP Indigo-technologie voldeed. Overbeek legt uit: 'Vanwege de rolspanning en de breekbaarheid van de film is het niet mogelijk om een cycluspers te gebruiken. Zo ver ik weet, zijn HP Indigo-persen op dit moment de enige die dit aankunnen.'

Nu de grootste haalbaarheidsvragen waren beantwoord, kwam de nadruk te liggen op de uitdaging van de projectgrootte. 'Coca-Cola was bezorgd over hoe we potentiële problemen zouden overwinnen en risico's beperken', zegt Overbeek. 'Eén van de grootste vragen was 'hebben we genoeg capaciteit om het project te leveren?', en ik heb ze keer op keer gezegd: ja, ja en nog eens ja.'

### Een Europees netwerk van HP Indigo-persen

De overtuiging van Overbeek over de capaciteit was gebaseerd op een plan om de werkdruk te delen met partnerbedrijven die allemaal samen zouden werken als een gecoördineerd, door Eshuis beheerd team.

Daarom zette Eshuis een netwerk op van acht digitale etikettenfabrikanten (waaronder Eshuis) en tien conventionele etikettenfabrikanten.

Als projectmanager en ook als één van de digitale etikettenfabrikanten was Eshuis verantwoordelijk voor de ondersteuning van alle digitale leveranciers. Eshuis heeft kant-en-klare afdrukbestanden gemaakt en gedistribueerd aan alle digitale printers en hen geholpen hun digitale persen in optimale staat te krijgen voor het project. Eshuis heeft ze ook onderwezen over hoe consistente en hoogwaardige afdrukresultaten te behalen die aan de Coca-Cola-standaard voldoen, specifiek voor de speciale rode kleur. Als onderdeel hiervan heeft Eshuis speciaal voor het project een krachtig internethulpmiddel ontwikkeld om efficiënt projectbeheer en consistente kwaliteit over het netwerk mogelijk te maken.

Om kleurconsistentie bij alle digitale drukkers te waarborgen, heeft HP een speciale voorgemixte inktvoorraad geleverd die overeenkomt met de speciale rode kleur van Coca-Cola.

De conventionele etikettenfabrikanten hebben de statische gebieden van de etiketten in meerdere kleuren gedrukt en deze verscheept naar de digitale leveranciers die hun digitale persen van HP Indigo gebruikten om de gepersonaliseerde namen af te drukken. Hierna werden de etiketten weer terug verscheept naar de analoge etikettenfabrikanten voor het vernissen en levering aan de bottelarijën.

### Alles van HP Indigo, op ieder moment

Twaalf digitale persen van HP Indigo in totaal, verspreid over een digitaal netwerk, waren drie maanden lang toegewezen aan het project 'Share a Coke', vijf tot zeven dagen per week en met drie ploegen per dag. Cumulatief hebben ze 36.000 etiketten per uur afgedrukt, waardoor ze bijna 800 miljoen etiketten op tijd konden voltooiën voor de lancering van de campagne.

Eshuis heeft zijn deel van het afdrucken verspreid over vier maanden aangezien ze het eerste bedrijf waren dat begon. Toch hebben ze het record verbroken voor het productievolume op een digitale pers HP Indigo WS6000: niet alleen binnen het netwerk, maar over alle geïnstalleerde exemplaren wereldwijd. Eshuis' piekproductie van 8,2 miljoen afdrucken per maand voor de campagne heeft het vorige record van 4,7 miljoen overtroffen.

'Ik denk dat we wel acht tot negen miljoen lineaire meters met de HP Indigo-pers hebben afgedrukt en dat is absoluut niet normaal voor een digitale pers', zegt Overbeek.

'We hebben alle dagelijkse, wekelijkse en maandelijkse records verbroken. Als we het over een maandelijks record van de digitale pers HP Indigo WS6000 hebben, denk ik dat het oude record 4,7 miljoen was. Het nieuwe record is 8,2 miljoen afdrucken per maand.'

- Marit Kroon, marketingmanager, Coca-Cola Europa



### Uitstekende resultaten in elk opzicht

Dit proces resulteerde in gepersonaliseerde afgedruktetiketten die wat betreft fysieke specificaties identiek waren aan de gewone Coca-Cola-etiketten. Dit was een fundamentele vereiste voor de aanvang van het project. De bottellijnen gebruikten met succes de speciale etiketten in hun productielijnen op de normale hoge snelheid, zonder systeemaanpassingen of vertragingen.

De voorgemixte rode HP Indigo-inkt die speciaal was ontwikkeld voor dit project door HP Indigo, had zoveel succes dat Coca-Cola Europa het nu gebruikt om de rode kleur in alle conventionele afgedrukte etiketten te standaardiseren.

'Kleur is van cruciaal belang voor Coca-Cola en we hebben strikte regels voor onze kleurovereenkomst met al onze leveranciers', zegt Bentley. 'We waren erg tevreden met het zeer hoge niveau van nauwkeurigheid van de kleurovereenkomst die HP Indigo met de pers kon leveren. Nu gebruiken we het rood dat HP heeft ontwikkeld voor Europa om onze rode kleuren te standaardiseren voor alle conventionele etiketten die we afdrucken. Als dit project is afgerond, plukken we daar dus nog steeds de vruchten van.' Daarnaast geeft Bentley aan dat als resultaat van dit project, de volgende grote stap voor Coca-Cola-verpakkingen de mogelijkheid van digitale technologie in fullcolour is.

Marit Kroon, marketingmanager bij Coca-Cola Europa, benadrukt de positieve impact van de hybride-afgedrukte etiketten: 'We zijn helemaal blij met het resultaat. De kwaliteit en het uiterlijk zijn werkelijk fantastisch. Dit project heeft de standaard verbeterd waar we de kwaliteit van al onze etiketten in de sector aan meten.'

### Hoog inzetten met HP Indigo-technologie

Nu dit monumentale afdrুকproject voor Coca-Cola met succes is voltooid, heeft Peter Overbeek, van Eshuis, tijd om na te denken over de betekenis van de campagne 'Share a Coke' voor de rol van het digitaal drukken van marketingcampagnes. 'Ik denk dat dit project laat zien dat de digitale printtechnologie van HP Indigo ingezet kan worden voor campagnes met grotere oplages. Het is niet slechts voor taken tot 2000 meter. Het is een zeer volwassen technologie waarmee zeer hoge kwaliteit in grote oplages kan worden geproduceerd.'

Overbeek ziet ook een toekomst voor het combineren van twee technologieën waarmee meer wordt bereikt dan wat er mogelijk zou zijn met één. 'De combinatie van conventioneel en digitaal is op deze schaal niet eerder toegepast en het opent een volledig andere markt voor digitaal drukken. Ik denk dat het voor veel merkeigenaars zeer voordelig zou zijn om conventioneel en digitaal te combineren om segmenten te benaderen die ze niet eerder hebben aangesproken.'

Get connected.  
[hp.com/go/graphicarts](http://hp.com/go/graphicarts)

Delen met collega's.



© 2013 Hewlett-Packard Development Company, L.P. De informatie in deze handleiding kan zonder voorafgaande kennisgeving worden gewijzigd. De enige garanties voor producten en diensten van HP worden vermeld in de uitdrukkelijke garantieverklaringen die bij dergelijke producten en diensten geleverd worden. Niets uit deze informatie dient opgevat te worden als aanvullende garantie. HP is niet aansprakelijk voor fouten van technische of redactionele aard of ontbrekende informatie in deze handleiding.

Coca-Cola-handelsmerken zijn geregistreerde of niet-geregistreerde handelsmerken van The Coca-Cola Company of anderen in de Verenigde Staten en andere landen.

4AA4-7298NLE, juni 2013

