



Retroambiente statt moderner Architektur – das Gespräch im Coworking Space Würzburg beginnt mit einem Blick in die Vergangenheit. Doch Peter Reich und Holger Fröbel (v. l.) unterhalten sich dann doch lieber über die aktuellen Herausforderungen der Verpackungsbranche.

# „Die Verpackung ist ein Druckprodukt mit Zukunft.“

Peter Reich von Constantia Flexibles kennt sämtliche Verpackungstrends – schließlich ist er seit einer gefühlten Ewigkeit für ein Unternehmen tätig, das zweifellos zu den Führenden in der Verpackungsindustrie zählt. Er ist der Einladung der TrueColors gefolgt und trifft an diesem sonnigen Nachmittag im Coworking Space Würzburg auf Holger Fröbel – ebenfalls ein ausgewiesener Verpackungsprofi. Seine Firma, Fröbel Medientechnik, unterstützt Verpackungsdienstleister mit Know-how und intelligenten Lösungen bei der Optimierung ihrer Prozesse – speziell auch im Umgang mit Farbe.

**TrueColors: Herr Reich, wie passt das eigentlich zusammen – Sie haben die Anfänge der Digitalisierung aktiv miterlebt. Und heute, viele Jahre später, ist das Thema aktueller denn je. Ist die digitale Zukunft von gestern?**

Peter Reich: Jedenfalls passen die digitale Zukunft und meine Vita super zusammen! Ich habe meine Karriere als Informationselektroniker begonnen. Mit meinem Know-how stand ich ziemlich weit vorn, als die Digitalisierung noch in den Kinderschuhen steckte.

Holger Fröbel: Witzige Parallele! Ich habe in Chemnitz Informationstechnik studiert. Direkt nach dem Studium bin ich eher durch Zufall in der grafischen Branche gelandet.

**Treffen sich zwei alte Hasen in Würzburg ...**

Holger Fröbel: Die Digitalisierung hat viel mit Informationsverarbeitung zu tun. Da bin ich zu Hause. Auch wenn wir 1995 mit dem Vertrieb von DTP-Systemen gestartet sind.

**Seither hat sich aber einiges getan, nicht wahr?**

Holger Fröbel: Und wie! Unser Geschäft hat sich seitdem praktisch komplett verändert. Heute sind wir eher ein Ingenieurbüro, das individuelle Lösungen entwickelt und implementiert. Der Vertrieb beschränkt sich auf ausgewählte Hard- und Software. Zudem haben wir vor etwa 15 Jahren die wegweisende Entscheidung getroffen, uns voll und ganz auf den Verpackungsmarkt zu konzentrieren. Während viele gedruckte Dinge relativ einfach in digitale Medien konvertiert werden können, ist die Verpackung für mich ein Druckprodukt mit Zukunft.

**Das sieht man bei Constantia vermutlich ähnlich.**

Peter Reich: Sicher. Deshalb dreht sich bei uns alles um Verpackung – mit unseren zwei Schwerpunkten: Pharmazie und Consumer. Wobei wir etwa 60 Prozent unseres Geschäfts mit Consumerprodukten machen. Rund 80 Pro-

zent aller Joghurtdeckel in Europa kommen aus unserem Haus. Bei den Schoko-Osterhasen und -Weihnachtsmännern haben wir auch einen Marktanteil von etwa 80 Prozent – allerdings weltweit.

**Da geben sich die führenden Markenartikler praktisch die Klinke in die Hand.**

Peter Reich: Das kann man schon sagen. Darauf sind wir natürlich stolz und wir nehmen diese Rolle sehr ernst. Beispielsweise hinsichtlich der Geheimhaltung im Zusammenhang mit neuen Produkten. Da darf wirklich nichts herumliegen.

**Herr Fröbel, Sie haben in Ihrer Funktion als Lösungsanbieter sowohl mit großen als auch mit kleinen Unternehmen zu tun. 80 Prozent Marktanteil ist ja nicht überall gegeben. Können Sie sagen, inwiefern sich die Herausforderungen kleinerer Marktteilnehmer von denen in der Constantia-Liga unterscheiden?**

Holger Fröbel: Die Bandbreite ist natürlich riesig. Die Skala reicht von ganz klein bis ganz groß: Firmen mit zwei, drei Mitarbeitern und am anderen Ende der Skala international agierende Unternehmen mit mehreren Werken. Alles in allem sehen wir bei den Ansprüchen aber viele identische Aspekte. Alle müssen ihre Kunden hinsichtlich der Druckqualität bestmöglich bedienen. Wenngleich global agierende Unternehmen schon auch andere Themen beschäftigen.

**An was denken Sie da?**

Holger Fröbel: In vielen Marktsegmenten fällt mir die fortschreitende Konzentration bei den Anbietern auf. Unternehmenszukaufe führen zu immer größeren Einheiten mit neuen Herausforderungen, wie zum Beispiel die flexible Zuteilung von Aufträgen auf verschiedene Standorte mit unterschiedlichen Produktionsbedingungen. Im Hinblick auf das Thema Farbmanagement sind also Lösungen



Holger Fröbel: „Generell kann man sagen, dass im Verpackungsdruck sehr hochwertig produziert wird.“



Die Bequemlichkeit täuscht: Peter Reich und Holger Fröbel (v. l.) wissen, dass die Verpackungsindustrie in Bewegung bleiben muss.

gefragt, die diesen Anforderungen gerecht werden. Was zählt, sind konsistente Ergebnisse – standort- und prozessübergreifend.

**Wie können sich die kleinen Verpackungsdrucker behaupten?**

Holger Fröbel: Die Kleinen können durch mehr Individualität beim Service und den Produkten punkten. In Sachen Qualität hängt die Latte für die kleinen Anbieter aber genauso hoch wie für die Großen am Markt. Generell ist festzustellen, dass im Verpackungsdruck sehr hochwertig produziert wird. Die Qualität einer Verpackung steht immer auch für die Qualität der verpackten Ware, und die korrekte Farbwiedergabe ist eines der wichtigsten Qualitätskriterien für die Markenartikler.

**Herr Fröbel, aufgrund Ihrer Erfahrung mit großen und kleinen Unternehmen der Verpackungsbranche: Können Sie einen übergreifenden Trend beschreiben?**

Holger Fröbel: Kleine Volumina. Ganz klar. Kleine Auflagen sind groß im Kommen!

Peter Reich: Absolut richtig. Das ist ein Riesenthema für die Verpackungsbranche.

**Was sind die Gründe für kleinere Volumina?**

Holger Fröbel: Mehr Diversifizierung, kürzere Relaunchzyklen, mehr Aktionen. Auch gesetzliche Vorgaben ändern sich immer häufiger. Niemand will sich mehr die Lager vollstellen. Stattdessen wird mehr und mehr On-Demand produziert. Statt 20.000 Faltschachteln bestellt der Auftraggeber jetzt 680 Stück.

Peter Reich: Wir sehen diesen Trend. Wenngleich sich das für uns nicht ganz so plakativ abzeichnet. Und 680 Stück würden wir ganz bestimmt nicht drucken. Zumindest nicht

analog – im Digitaldruck drucken wir schon ab 1 Stück. Im Flexo- oder Tiefdruck geht das sicher nicht.

**Setzt Constantia dann lieber auf den Digitaldruck?**

Peter Reich: Unsere Vertriebsleute müssen vielmehr abschätzen, wie oft wir diese 680 Stück liefern werden. So können wir gegebenenfalls 4.000 Beutel analog drucken, einlagern und On-Demand chargenweise ausliefern.

**Die Logistik macht's möglich.**

Peter Reich: Im Prinzip ja. Da sind wir sehr gut aufgestellt. Wir haben ein großes Fertigwarenlager.

Holger Fröbel: Die Druckaufträge wandern zwischen den Druckverfahren, mit denen die Verpackung am effizientesten produziert werden kann. Wir sehen insbesondere eine Bewegung vom Tiefdruck zum Flexodruck und vom Flexo- zum Digitaldruck, manchmal aber auch in die andere Richtung. Wohin auch immer – als Hersteller muss ich in der Lage sein, prozessübergreifend zu vergleichbaren Farbergebnissen zu kommen.

**Effizienz und Qualität müssen also mehr denn je als Einheit gesehen werden, und mit sicherem Farbmanagement sollten auch Druckabnahmetermine nur noch Formsache sein. Herr Reich, planen Ihre Kunden noch eine Hotelübernachtung am Standort ein?**

Peter Reich: Ich habe schon den Eindruck, dass die Übernachtungen abnehmen (lacht). Schließlich hat sich in den letzten Jahren einiges getan. Auch in den Köpfen. Früher galt ein Digitalproof für viele nur als Anhaltspunkt. Heute haben wir – auch mit Unterstützung von GMG – im Farbmanagement ein Level erreicht, wo unsere Proofs unter Einbeziehung von Sonderfarben von allen Seiten als verbindliche Referenz akzeptiert werden.





Fotos: Johannes Kiefer

Peter Reich: „Was hier freigegeben wird, das können wir unter Garantie genau so produzieren.“

#### **Und die Hotelübernachtung?**

Peter Reich: Wenn der Kunde kommt, fangen wir ja nicht erst an, Farbe in die Maschine zu füllen. Nein, den ersten Bogen können wir direkt auf den Tisch legen. Und dieser Bogen hat schon sehr, sehr viel mit dem Proof zu tun. Wenn wir jetzt justieren, dann geht es wirklich um gestalterische Nuancen. Insofern: leider schlechte Nachrichten für unsere Hoteliers.

#### **Beim Digitaldruck ist im Drucksaal ja ohnehin nichts mehr zu justieren – hat Prepress jetzt mehr Verantwortung?**

Peter Reich: Klares Ja. Meine Vision ist, dass die Druckabnahme weiter nach vorn geschoben wird. An den Bildschirm und den Proof. Was hier freigegeben wird, das können wir unter Garantie genau so produzieren. Das ginge ja sogar aus der Ferne per Remote-Proof. Intern und mit einigen Kunden machen wir das heute schon. Absolut problemlos. Unter dem Eindruck von Corona macht das noch mehr Sinn.

#### **Die Lösung ist also längst da. GMG ColorProof GO, GMG ColorServer, GMG OpenColor, und das Plug-in – reden wir also nur noch über theoretische Barrieren?**

Peter Reich: Unsere Aufgabe ist es, das Vertrauen zu etablieren. Die ersten drei müssen mutig über die Glasbrücke gehen, bevor alle anderen folgen.

Holger Fröbel: Richtig! Die Technologie ist super, doch Akzeptanz ist der entscheidende Punkt. Auch innerhalb der Unternehmen. Im Prinzip müssten wir alle Akteure an einen Tisch holen, um mögliche Vorbehalte auszuräumen. Aufgrund der komplexen Wertschöpfungskette bleibt das aber oft ein frommer Wunsch.

#### **Innovation gehört doch zur grafischen Industrie wie die Farbe zum Druck.**

Holger Fröbel: Da wird niemand widersprechen. Doch Neues zu etablieren, dauert eben seine Zeit. Multicolor-Druck

zum Beispiel. Damit befassen wir uns schon eine ganze Weile. Doch erst seit Kurzem wächst die Akzeptanz dafür – bei den Marken wie auch den Herstellern. Ein Grund dafür ist der zwischenzeitlich etablierte Digitaldruck, der ja von Haus aus Multicolor-Druck ist. Ein anderer Grund ist der Zeit- und Kostendruck mit dem sich auch die Verpackungsbranche permanent auseinandersetzen muss.

Peter Reich: Multicolor kommt. Doch da müssen jetzt auch die Maschinenhersteller nachlegen. Im Tiefdruck beispielsweise ist der Passer das wichtigste Problem. Farbmäßig haben wir das mit GMG voll im Griff. In Mexiko produzieren wir mit Multicolor Chipstüten. Das läuft ohne Probleme – im Flexodruck.

#### **Bei Constantia Flexibles ist man gegenüber neuen Technologien sehr aufgeschlossen. Allem voran in der Druckvorstufe. Wie machen Sie das?**

Peter Reich: Wir versuchen alle mitzunehmen und zu motivieren. Die neue Generation ist auch viel offener. Standards und Automatisierung sind deren selbstverständliche Arbeitsgrundlage. Davon profitiert das ganze Unternehmen. Die standardisierte Arbeit – zum Beispiel mit GMG ColorPlugin – nimmt auch den Druck von den Schultern einiger weniger. Jetzt können Jobs im Team geschoben werden und das Ergebnis ist immer identisch.

Holger Fröbel: Sicher, die Aufgaben in der Vorstufe verändern sich. Wir reden mehr und mehr über Steuerung und Optimierung von Prozessen statt über die Arbeit mit dem Pinsel. Es ist die Vorstufe, die für Effizienz im Drucksaal sorgt. So viel ist sicher: Die Chancen der Digitalisierung sind für alle in der Verpackungsindustrie riesig.

**Herr Reich, Herr Fröbel, vielen Dank für den interessanten Austausch.**