

### *Apex und VIV heben Flexo auf die nächste Ebene*

## **VIV strebt Kleinserien von flexiblen Verpackungen mit *Smart Digital Flexo* an**

Die Digitalisierung einer Flexodruckpresse mag vielen Menschen wie ein Widerspruch erscheinen. Weinand van Kesteren perfektioniert sein *Smart Digital Flexo*-Konzept jedoch bereits seit über einem Jahr. Und er ist davon überzeugt, dass es dieses seinem Unternehmen VIV ermöglichen wird, ein Marktführer bei der Herstellung qualitativ hochwertiger flexibler Verpackungen in Klein- und Kleinstserien zu werden: „Wir möchten alles ein wenig anders machen.“

VIV in Veenendaal (Niederlande) ist ein Familienbetrieb, der 1953 als Großhandelsunternehmen für Verpackungsmaterialien gegründet wurde, wobei die Abkürzung VIV für „Verpackungsindustrie Veenendaal“ steht. Im Laufe der Jahre hat VIV Trends und Chancen stets rasch erkannt. Als Weinand van Kesteren und sein Bruder Herman in den 1980er Jahren zum Unternehmen kamen und in weiterer Folge die Geschäftsführung von ihrem Vater übernahmen, erlebten sie, wie Polypropylen als Verpackungsmaterial immer beliebter wurde. „Wir haben daher entschieden, unser Geschäft auf den Flexodruck zu erweitern, und sind zum größten Lieferanten von verzierter Blumenfolie in Europa avanciert.“



**Bild: Weinand van Kesteren, Direktor von VIV, vor der zehnfarbigen Flexodruckpresse Comexi F2, die gemäß dem *Smart Digital Flexo*-Konzept ausgestattet ist**

### **Gestaltung einer neuen Zukunft**

Das Hauptaugenmerk von VIV ist seit jeher auf den Flexodruck gerichtet. Im vergangenen Jahr hat das Unternehmen eine brandneue zehnfarbige *Comexi*-Presse neben seinen bereits bestehenden *Comexi*-Pressen installiert. Doch der Markt hat sich im Laufe der Jahre verändert und Weinand van Kesteren hat diese Veränderungen schon früh erkannt: „Im Jahr 2006 wurde mir klar, dass der Markt für Blumenverpackungsfolien im Wandel begriffen war. Die Anzahl an Blumenfachgeschäften würde zurückgehen und immer mehr Blumen würden in Supermärkten verkauft werden. Gleichzeitig erkannten wir einen Trend von unseren bunten Foliendesigns hin zu einem „Öko-Look“. Somit konnten wir nur eine Farbe drucken oder sogar nur die einfache Folie liefern, wodurch die Marge sehr gering war. Dann kam auch noch die Wirtschaftskrise hinzu. Wir mussten nach neuen Wegen suchen, um eine neue Zukunft für unser Unternehmen zu gestalten.“

### **Wettbewerbsvorteil**

Van Kesteren identifizierte flexible Verpackungen für Nahrungsmittel als äußerst vielversprechend: „Um diesen Markt zu betreten, mussten wir jedoch unseren Maschinenpark vollständig überholen.“ Er, dem oftmals attestiert wird, „einen eigenen Kopf zu haben“, hat entschieden, dem damals vorherrschenden Trend, in 60 Zentimeter breite Flexodruckpressen zu investieren, nicht zu folgen, sondern stattdessen eine 120 Zentimeter breite Presse zu installieren: „Für mich ist es ganz einfach: Man kann keine Breite von 120 Zentimetern auf einer schmalen Offset-Druckpresse drucken, aber



man kann 60 Zentimeter auf einer 120 Zentimeter breiten Presse drucken. Durch eine geschickte Nutzung dieser Breite, z. B. durch die Kombination unterschiedlicher Designs auf einer Rolle, kann man gegenüber der Konkurrenz einen Wettbewerbsvorteil erlangen.“

Nach der ersten achtfarbigen *Comexi*-Presse im Jahr 2008 folgte 2010 eine zehnfarbige *Comexi*-Presse. Nun, da VIV wieder expandiert, „erfordert die Umstellung auf einen neuen Markt enormes Engagement der Mitarbeiter, des Vertriebspersonals und des ganzen Unternehmens“, betonte Van Kesteren, der bereit ist, neue Wege zu beschreiten.

### **Digitaldruck im Vergleich zum Flexodruck**

„Jeder scheint nur mehr von „Digitaldruck“ und Kleinserien zu sprechen. Um herauszufinden, worum es bei diesem Hype überhaupt geht, haben wir entschieden, der Drupa im Jahr 2016 einen Besuch abzustatten und uns anzusehen, was ein bestimmter Lieferant von Digitalpressenzubehör bei flexiblen Verpackungen leisten konnte. Und ja, wir waren in der Tat beeindruckt: In weniger als zehn Minuten, nachdem wir an ihrem Stand eingetroffen waren, haben Sie mit dem Druck unserer Aufträge begonnen – live bei der Messe!“ Weniger beeindruckend waren jedoch die Zahlen nach einigen umfassenden Berechnungen: „Wenn man, wie wir, seine eigene Repro- und Plattenausgabearbeiten intern durchführt, liegt die Rentabilitätsgrenze zwischen dem Digital- und dem Flexodruck bei einem Druckauftrag bei nur etwa 2.600 Metern. Nun liegt unser aktueller Durchschnitt für Kleinserien etwa bei 10.000 Metern. Das ist immer noch eine beträchtliche Lauflänge für eine moderne Digitalpresse, die mit 20 Metern pro Minute läuft, während wir beim Flexodruck 600 Meter pro Minute schaffen. Es macht für uns einfach keinen Sinn, auf den Digitaldruck umzustellen, so sexy dieser manchen Leuten auch erscheinen mag. Wir bleiben beim Flexodruck.“

### **Druck mit fester Palette**

Der Besuch auf der Drupa hat dennoch einen Eindruck hinterlassen. VIV hat nicht nur eine zusätzliche zehnfarbige *Comexi*-Flexodruckpresse gekauft, sondern Van Kesteren ist auch einer Sache nachgegangen, die bei der Messe seine Aufmerksamkeit erregt hat: „Ich war vom digitalen Konzept eines siebenfarbigen Systems beeindruckt. Ich wusste, dass ein solches Drucksystem „mit Fixed Palette von einigen Lieferanten der Flexodruckbranche (einschließlich Apex) entwickelt und in der Etikettenbranche verwendet wird. Ich habe daher entschieden, diese Idee aufzugreifen und eine neue Möglichkeit zu finden, damit es auch bei unseren neuen Pressen funktioniert.“ Er hatte auch schon einen Namen dafür: *Smart Digital Flexo*. „Unser gesamter Herstellungsprozess ist vollständig digital – bis zu jenem Zeitpunkt, an dem die Tinte auf das Substrat gelangt.“



**Bild: Weinand van Kesteren und Jan Bijl (Apex-Kundenbetreuer von VIV) halten eine GTT-Farbdosierwalze – eine der bedeutsamsten Komponenten, um beim Smart Digital Flexo-Konzept die erforderliche Konsistenz zu erzielen**



### **Smart Digital Flexo**

Durch die Verwendung einer Standardserie von sieben Farben (CMYK plus Orange, Grün und Violett) ist *Smart Digital Flexo* (SDF) in der Lage, etwa 90 Prozent aller Pantone-Farben zu erzielen. Auf diese Weise muss VIV keine individuellen Druckfarben mehr mischen und abstimmen. Abgesehen von der Zeit-, Kosten- und Materialersparnis ermöglicht dies auch die intelligente Kombination unterschiedlicher Aufträge auf einer Rolle: „Auf diese Weise möchten wir unseren Kunden kürzere Durchlaufzeiten zu günstigeren Preisen anbieten.“ Bis SDF wie geplant funktionierte, verzeichnete VIV eine steile Lernkurve, erklärte Van Kesteren: „Wir mussten nahezu alles allein herausfinden.“

Wir haben zahlreiche Testläufe und viele Messungen durchgeführt, um alle Elemente hinzubekommen: Einstellungen der Vordruckstufe, Temperaturen, Tinten, Geschwindigkeit. Rasterwalzen spielen bei diesem Prozess ebenfalls eine wichtige Rolle. Man benötigt unbedingt einen konsistenten und präzise vorhersehbaren Farbtransfer, damit SDF richtig funktioniert. Apex International und dessen eigens gravierte GTT-Farbdosierwalzen haben uns dabei geholfen, ein hohes Maß an Kontrolle zu erzielen.“

### **Neue Geschäftsmöglichkeiten**

VIV hat damit begonnen, SDF in die Praxis umzusetzen, und die Ergebnisse sind vielversprechend. Für Van Kesteren ist es nun am wichtigsten, mehr Kunden von den Möglichkeiten von SDF zu überzeugen. „Man muss uns vertrauen, dass wir unsere Versprechen halten werden. Das Endergebnis muss stets den Erwartungen entsprechen.“

Für die Zukunft erhofft sich Van Kesteren, dass alle Pressen von VIV nur mehr SDF-Aufträge erledigen. „Natürlich wird es immer jemanden geben, der auf die zehn Prozent der Pantone-Farben verweist, die mit dieser festen Palette nach wie vor nicht erreicht werden können. Wir richten unser Hauptaugenmerk jedoch auf die 90 Prozent, die wir schaffen können – und dies gelingt uns mit deutlich höherer Effizienz. Wir sind nun in der Lage, 15 statt bisher fünf Aufträge auf einer Presse durchzuführen. SDF spart viel Zeit, die normalerweise durch Wechsel- und Einstellungsarbeiten verloren geht. Angesichts dieser Technologie sowie der richtigen Lieferanten und Partner – wie etwa Comexi und Apex, die den Flexodruck ebenfalls auf eine neue Ebene heben möchten – können wir unsere Fähigkeiten in diesem Bereich erweitern und sogar Aufträge mit einer Lauflänge von über 1.000 Metern sind machbar. Dadurch ergeben sich zahlreiche neue Geschäftsmöglichkeiten für VIV.“

### **Besuchen Sie:**

Verpakings Industrie Veenendaal – [www.viv.nl](http://www.viv.nl)

Apex International – [www.apex-groupofcompanies.com](http://www.apex-groupofcompanies.com)

### **Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:**

Jeanine Graat

Global Marketing Manager, Apex Europe B.V.

Tel.: +31 (0)497 361 111

[jgraat@apex-europe.com](mailto:jgraat@apex-europe.com)

