

Intelligente Etiketten: Platz für gute Ideen

Etiketten fallen ins Auge und bleiben sprichwörtlich haften. Etiketten bringen Mehrwert, denn sie dienen als wichtige Informations- und Werbeträger. Doch was tun, wenn der Platz auf der Etikette nicht ausreicht? Mit Multilabel und Booklets wird viel Platz für gute Ideen geschaffen. Die gewöhnliche Etikette avanciert zur intelligenten Etikette.

Die Etikette ist ein erfolgreicher Bestandteil von Retail-Kampagnen auf dem Produkt. Auf der Etikette finden sich Informationen zu Produkteigenschaften und Inhaltsstoffen sowie Qualitätsmerkmalen. Sie ist der Träger für die Markenaussage und Produktidentität schlechthin. Dies benötigt der Hersteller, um sein spezielles Produkt von vielen anderen im gleichen Verkaufsregal zu unterscheiden.

Etiketten sind besonders für Lebensmittel ein wichtiger Bestandteil des Gesamtproduktes. Neben Gesetzen und Vorschriften finden sich Kochrezepte, Gutscheine, Aktionshinweise und vieles mehr auf diesem Träger. Oft wird die Beschriftung zudem in zwei Sprachen geschrieben, was viel Platz benötigt. Ein bunter Strauss an Wünschen, der nach «intelligente Etiketten» ruft. Die Antwort sind



mehrlagige Etiketten oder so genannte Multilabel und Booklets. Sie sind sprichwörtlich «vielseitig». Mit bis zu 30 Seiten bieten die Booklets gleich lagenweise Platz für Produktinformationen in mehreren Sprachen und Promotionen aller Art. Multilabel sind etwas kürzer gefasst und bieten bis fünf bedruckbare Seiten. Auch hier können die Informationen und Attraktionen direkt auf dem Produkt angebracht werden.

Dabei sind die Falzmöglichkeiten und somit die Erscheinungsformen der Booklets und Multilabel vielfältig. Der Parallelfalz, bei dem die Falze parallel verlaufen, findet die meiste Verwendung. Zu den Parallelfalzen gehören der Wickelfalz, der Altarfalz, der Leporellofalz sowie der Parallelmittelfalz.

Es sprechen viele Vorteile für den Einsatz von Booklets und Multilabels: Viel Text kann auf kleiner Grundfläche Platz finden (eignet sich besonders für Inhaltsangaben/Produktbeschreibungen, Gebrauchsanweisungen, Garantieerklärungen, Gutscheine, Rezepte, Wettbewerbe etc.); Front-Etikette weckt Neugier auf mehr; mehrfarbiger Druck ist möglich (auch Silber, Gold und Rubbelfarbe); beim Material können Papier (Thermodirekt oder Thermo-transfer) als auch Folien und verschiedene Verbunde verwendet werden; nachträglicher Thermo-Eindruck von variablen Daten; eine Erst-





öffnungs-Garantie ist möglich (= nicht wiederverschliessbar oder defekt, wenn einmal geöffnet); Dry peel = lösbare klebefreie Etikette (der Konsument kann beliebig oft die Etikette an einer leimfreien Anfassflasche öffnen, um die Informationen zu lesen, und sie dann wieder verschliessen).

Etiketten werden oft in unterschiedlichen Umgebungen gelagert und auf verschiedenste Verpackungen appliziert. Dies nimmt Einfluss auf die Materialwahl der Selbstklebeetikette. Erfolgt die Etikettierung auf Kunststoffverpackungen aus PP oder PE, ist sie z.B. beschichtet mit Antibeschlag. Es wird ersichtlich, dass die Anforderungen in einem engen Informationsaustausch zwischen Kunde und Etikettenhersteller minuziös ausgetauscht und besprochen werden müssen. Die Multilabel und Booklets sind ein wahre Multitalente. Viel Information kann auf kleinstem Raum untergebracht werden. Ihre Vielfältigkeit ist sprichwörtlich. Für jede spezifische Anwendung und für alle erdenklichen Gebrauchs-Anforderungen lässt sich die richtige Kombination finden. Die mehrlagige Selbstklebe-Etikette ist die Promotionslösung, wenn der Platz einer herkömmlichen Etikette nicht ausreicht.

Barbara Rüttimann

Die Bilder zeigen Fine Food-Leporellos bei Coop.

Fallstudie: Leporello-Etikette für «Fine Food»-Produkt von Coop

Für Ihre Fine Food-Linie benötigt Coop einen Leporello und wendet sich an die Selfix AG in Otelfingen, eine spezialisierte Druckerei für Etiketten- und Selbstklebeetiketten. Beim Coop-Produkt handelt es sich um erstklassige Pralinen. Die Leporello-Etikette dafür wird als Informationsträger eingesetzt, d.h. für Ursprungs- und Herstellungsinformationen zum jeweiligen Produkt. Dieser Leporello ist ein wichtiger Bestandteil der Marke Fine Food. Der Text im Leporello besteht aus einem dreisprachigen Ursprungstext (Deutsch, Französisch, Italienisch) sowie einem Bild über das Fine Food-Produkt. Der Leporello kann auf dem Deckel oder auf der Front des Produktes angebracht werden. Je nach Verpackungsform variiert die Grösse vom Leporello. Für Selfix kam aufgrund dieser Anforderungen nur die Etikettenproduktgruppe «Multilabels oder Booklets» in Frage, d.h. die Informationen werden in Form eines Büchleins angebracht. Dabei fällt der Entscheid zugunsten eines Parallelfalz-Prospektes, der durch die beidseitige Bedruckung 14 Seiten zur Verfügung stellt. Das heisst: Viel Informationsplatz auf kleinem Raum.

Zur «Befestigung» auf dem Produkt dient die Basis-Etikette (Trägermaterial). Mit einer Verschluss-Etikette wird das Booklet geschlossen und sorgt gleichzeitig dafür, dass die gesamte Etikette nicht zu stark vom Produkt absteht und dadurch nicht abreißen kann. Basis- und Verschluss-

Etikette sind dabei aus transparentem Polypropylen. Ihr Format kann rund oder eckig sein. Rechts und links verbleiben jeweils 8 mm, um diese am Produkt festzukleben. Das Booklet selbst hat in diesem Fall geschlossen das Format 30 x 40 mm, geöffnet 210 x 40 mm.

Coop liefert Selfix eine digitale Rein-Vorlage inklusive Farbproof für den Offsetdruck. Die Unterlagen beinhalten eine Stanzrisszeichnung bezüglich Etiketten-Format, Farbangaben zum gewünschten Druckbild und Informationen zu den gewählten Schriften. Die Druckunterlagen werden 4-farbig (CMYK) mit Zusatzfarbe Silber aufgebaut. Gemäss Designkonzept und Corporate Branding erscheint die Schrift von einer Seite zur anderen abwechselnd Schwarz auf Silber oder Silber auf Schwarz.

Nach dem Offset-Druck wird der Prospekt gefalzt, eingebettet (Verschlussetikette auf Basisetikette geklebt), gestanzt, entgittert (Abfall rund um Etikette weggenommen) und dann umwickelt (aufgerollt). Da die Etiketten schlussendlich auf Rollen geliefert werden, musste abgeklärt werden, ob sie nach innen oder nach aussen auf der Rolle aufgewickelt werden sollen und welche Seite zuerst darauf aufgerollt wird (die rechte oder die linke Seite). Ein wichtiges «Detail», welches gewährleistet, dass bei der maschinellen Spendung die Etikette richtig herum auf das Produkt zu kleben kommt.