

# Etikettendruck: Digital, personalisiert und veredelt

Der Artikel wurde erstellt  
in Zusammenarbeit mit:

**fmp.**  
fachverband  
medienproduktions

Digitaldruck nimmt im Bereich  
Etiketten und Verpackungen eine  
immer wichtigere Rolle ein

Die Barthel Gruppe hat sich einen festen Platz im Etikettendruck erarbeitet. Das hat man nicht zuletzt durch Innovationsfreude und die kundenorientierte Erweiterung des Produktportfolios erreicht. Wir besuchen den Unternehmenssitz in Essen, um uns über die Herausforderungen und Entwicklungen im Bereich des digitalen Etikettendrucks zu informieren.

Etiketten und Verpackungen sind das Kerngeschäft der Barthel Gruppe. Wenngleich man diese immer noch überwiegend im UV-Flexodruck produziert, gewinnt der Digitaldruck auch in diesem Bereich zunehmend an Boden. Beim eigens gegründeten Tochterunternehmen Barthel Digitalprint produziert man derzeit auf den HP-Indigo-Systemen WS 4000, WS 4050 und WS 4500. Die drei Systeme drucken im Dreischichtbetrieb Verpackungs- und Auszeichnungsmaterial.

**Heute und in Zukunft:** Für das digitale Druckverfahren kommen derzeit hauptsächlich individualisierte Etiketten oder kurze Produktionsläufe unter 2.000 Laufmetern in Frage. Letztere setzt man in der Regel bei Nischenprodukten oder Produkten ein, die in verschiedenen Sprachen auf den Markt kommen sollen und für die die Erstellung zahlreicher verschiedener Klischees für den Flexodruck zu kostenintensiv wäre. Bei Barthel denkt man bereits über die Anschaffung einer neuen HP Indigo WS 6000 nach, die



Mit HP Indigo: Bei Barthel Digitaldruck läuft die Etikettenproduktion von Rolle auf Rolle.

explizit auf die wirtschaftliche Produktion größerer Produktionsvolumina ausgelegt ist. Im Vierfarbdruck soll die Maschine eine Geschwindigkeit von 30 Metern pro Minute erzielen. Bei der 4000er-Serie liegt die Geschwindigkeit bei etwa 14 Metern pro Minute. Die digitale Produktion dürfte sich damit für Aufträge bis etwa 4.000 Laufmeter anbieten.



Mit Erfahrung: Geschäftsführer Mischa Barthel führt das Unternehmen bereits in zweiter Generation.

**Technologische Basis:** »Das Schöne an den Systemen von HP ist, dass man fast jedes Substrat bedrucken kann – gleich ob Papier, Polyethylen (PE) oder Polypropylen (PP), Thermo- oder vorbehandelte Aluminiumverbundfolien. Ist das Material an sich nicht bedruckbar, so lässt es sich primern«, erläutert uns Geschäftsführer Mischa Barthel und fährt fort: »Gerade im PE-Bereich kann man eigentlich nicht mit Standardmaterial arbeiten. Das Material muss immer ein bestimmtes Coating haben. Daher gibt es nur wenige Materialien, die nicht bedruckbar sind. Was das angeht, ist HP führend. Auch die Qualität ist durchaus überzeugend. Die Digitaldruckmaschinen erreichen annähernd Offset-Qualität.«

Im Bereich Finishing kommen bei Barthel Digitalprint zwei Maschinen der Firma Leo-Mat in 430 und 330 mm Breite zum Einsatz. Hier werden die gedruckten Etiketten ge-

stanzt und das überschüssige Material wird abgegrittet. Über ein optisches Prüfgerät unterzieht man anschließend die Etiketten einer strengen Qualitätskontrolle. Das Prüfgerät erfasst 100 Prozent aller Etiketten und stellt so sicher, dass jedes einzelne den höchsten Qualitätsstandards der Kunden genügt. Neben der Qualitätskontrolle sind beide Maschinen mit einer Laminieroption samt Trocknungseinheit ausgerüstet. Lackieren und Laminieren sind die hauptsächlich nachgefragten Veredelungsoptionen im Digitaldruckbereich.

**Die Ansprüche steigen:** Die Hauptnachfrage für digital gedruckte Etiketten stammt bei Barthel aus dem Bereich Food- und dem Chemiebereich sowie von Farbenherstellern. Hier sind der Einsatz partieller Lackierung mit Matt- und Glanzlack oder auch mit einer Kombination von Matt und Glanz sehr beliebt. Geht es um fortlaufende Nummerierungen und EAN-Codes, wie sie vor allem im Lebensmittelbereich gefragt sind, kommt eine Kombination aus Flexodruck oder Offset- und Digitaldruck

## Info: Kontakt

Barthel Gruppe, Telefon 02 01-83 51 80, E-Mail [info@barthel.net](mailto:info@barthel.net), Internet [www.barthel.net](http://www.barthel.net)

zum Einsatz. Vier Offsetmaschinen der Firma Nilpeter stehen in Essen hierfür bereit. Überhaupt verzeichnet Barthel im Offsetdruck starke Zuwächse, da mittlerweile sogar verschiedene Discounter wie Aldi und Lidl verstärkt darauf setzen. Die Ketten haben erkannt, dass es sinnvoll ist, die Eigenmarken edel und hochwertig zu präsentieren.

Mittels der für Barthel eigens entwickelten Software lassen sich auf die motivbedruckten Etiketten in einem separaten Arbeitsschritt zehnstellige Codes aus Buchstaben und Zahlen ebenso an der gewünschten Stelle eindringen wie EAN-Codes, Code 128 oder jeder beliebige andere Code. Da nicht viele Wettbewerber ein ähnliches Leistungsspektrum bieten können, erzielt Barthel im Bereich Personalisierung ein besseres Preisniveau als bei den Standardpro-



**Flexibel:** Die Unternehmensgruppe unterhält eine kleine Transportflotte für schnelle Lieferungen. Bei Distanzen über 200 km liefert eine Spedition.

dukten. Aber auch bei den anderen angebotenen Druckverfahren nehmen die Qualitätsansprüche der Kunden zu. Im Offsetbereich hat man den Maschinenpark vor kurzem auf acht Farbwerke erweitert, im Flexodruck sogar auf zehn. Laminierungen, Kaschierungen, Kaltprägungen, 3-D-Effekte, Relieffdruck, Hologramme, Blindensymbole, Verschluss und Wiederverschluss gehören ebenso zu den innerhalb der Unternehmensgruppe angebotenen Veredelungen wie der Rückseitendruck. Auch das partielle Lacken zum Neutralisieren des Klebers und zur Erstellung von

Anfasslaschen wird gerne nachgefragt.

**Kerngeschäft:** Im Bereich Vorstufe greift Barthel auf zwei externe Dienstleister zurück. Durch die langjährige Zusammenarbeit sind diese bestens auf die verschiedenen, bei Barthel eingesetzten,

Maschinentypen eingestellt. Auf Basis der vorgegebenen Maschinenkennung kann die Vorstufe zuordnen, auf welcher Maschine welcher Auftrag produziert wird. Barthel erhält so speziell für diese Maschine optimierte Daten. »Vorteil für uns ist, dass wir stets auf neuste Litho-Technologie zurückgreifen können, deren Anschaffung für unsere Bedürfnisse zu teuer wäre«, so Mischa Barthel. »Digital arbeiten wir von Rolle zu Rolle. Das heißt wir stanzen nicht direkt an der Druckmaschine. Es gibt Mitbewerber, die das anders handhaben. Da aber das Einrichten der Weiterverarbeitungsmodule circa eine halbe Stunde dauern würde, ist das für uns nicht praktikabel. Die Maschinen müssen rund um die Uhr laufen. Die Weiterverarbeitung bilden wir daher lieber in einem separaten Arbeitsschritt ab.«

**Fazit:** Dass sich die strategische Ausrichtung der Unternehmensgruppe rentiert, sieht man am operativen Ergebnis. Im ersten Quartal verzeichnet Barthel Zuwachsraten von 17 Prozent im konventionellen und 30 Prozent im Digitaldruckbereich. Mischa Barthel erläutert: »Trotzdem spüren wir zunehmenden Preisdruck. Mitbewerber, die viel für die Automobilindustrie gefertigt und jetzt mit Unterkapazitäten zu kämpfen haben, suchen neue Märkte und drängen zum Teil in unsere Kernbereiche. Hier versuchen manche Wettbewerber über Niedrigpreise Fuß zu fassen.«

◀ Hendrik Fey/pe

### Info: Die Barthel Gruppe

**Das Unternehmen:** Die Barthel Gruppe entstand rund um die im Jahre 1984 gegründete Firma Barthel. Anfangs auf Wasserflexodruck und Preisauszeichnungsetiketten spezialisiert, folgt bald die Erweiterung auf Buchdruck und UV-Druck, um auch hochwertigere Produkte produzieren zu können.

Anfang des Jahres 2000 ändert man die Strategie hin zu UV-Flexomaschinen. Mit der erhöhten Geschwindigkeit der moderneren Geräte hat man so dem stärker werdenden Preisdruck Rechnung getragen. Um Kunden flexible Lösungen anbieten zu

können, wurden weitere Unternehmen gegründet. Die B&S Printline produziert flexible Verpackungen im Lösemittelflexbereich. Bei Eti-Pro stellt man Blankoetiketten hochautomatisiert und damit sehr kostengünstig her.

Seit 2004 bietet man mit Barthel Digitalprint auch den digitalen Etiketten- und Verpackungsdruck an. Kienlabel b.v. wurde im Juli 2008 übernommen. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Peel-off- und Wrapetiketten, Siebdruck und Flexo-Kombinationsdruck. In der Gruppe sind derzeit 190 Mitarbeiter beschäftigt.

# Keine Angst vor Neuem!

Neue Entwicklungen sollte man nicht verpassen.  
Zusammen den Überblick behalten. Fachverband Medienproduktions e.V.

## Seminare

Bildungsmaßnahme: „Geprüfter Medienproduktions/f:mp.“  
Start 25. September 2009 in Köln, 10 Wochenenden  
Bildungsmaßnahme: „Junior Medienproduktions/f:mp.“  
04. und 05. September 2009 und 10. bis 12. September 2009

[www.f-mp.de/seminare](http://www.f-mp.de/seminare)

**f:mp.**  
fachverband  
medienproduktioner