

FFP Packaging Solutions nutzt Asahi-Druckplatten mit Pinning Technology

Drucken mit fester Farbpalette

FFP Packaging Solutions, ein britischer Verarbeiter flexibler Verpackungen, hat einen Markeninhaber-Farbfächer für das Drucken mit fester Farbpalette veröffentlicht. Das britische Unternehmen nutzt Asahi-Druckplatten mit „Pinning Technology for Clean Transfer“ und erzielt damit beeindruckende Produktionsergebnisse mit fester Farbpalette.

Der 1967 gegründete britische Verarbeiter von flexiblen Verpackungen, FFP Packaging Solutions, hat für Markeninhaber und Handelsketten einen Farbfächer für das Drucken mit fester Farbpalette (FCP) hergestellt. Anhand dieses Farbfächers werden Markeninhaber in die Lage versetzt, auf der Pantone-Bibliothek basierende Farben auszuwählen, die aber mit den CMYK-Prozessfarben wiederholbar produziert werden. Der Farbfächer wurde im Format eines Farbbuches auf der Rückseite transparenter PET-Folie gedruckt und dann auf weiße PET-Folie laminiert. Die Folie wurde auf einer W&H Miraflex Druckmaschine von FFP mit Druckplatten von Asahi mit Pinning Technology for Clean Transfer produziert.

„Wir sind stolz, dass große britische Handelsketten wie Asda und Tesco sich für das Drucken mit fester Farbpalette entschieden haben. Im Bereich des Verpackungsdrucks wird das Drucken mit fester Farbpalette immer populärer. Deshalb sind wir sehr daran interessiert, bei den Markeninhabern und Handelsketten als autorisierter Fixed Colour Palette (FCP) Anbieter anerkannt zu werden“, schildert Paul Hesketh, Print Development Manager bei FFP Packaging Solutions. „Sowohl Handelsketten als auch Markeninhaber wissen, dass das Drucken mit fester Farbpalette allen Seiten Vorteile bietet, da Verluste in der Wertschöpfungs-



Paul Hesketh erkennt unter den britischen Handelsketten eine wachsende Nachfrage nach dem Drucken mit fester Farbpalette.

kette vermieden werden und sich das Preis-/Leistungsverhältnis der fertigen Verpackung verbessert. Unser FCP-Farbfächer hilft den Designern bei der Farbauswahl, um die Markenintegrität zu gewährleisten. Gleichzeitig werden Zeit- und Kosteneinsparungen erzielt, die auf dem heutigen wettbewerbsintensiven Markt unverzichtbar sind, um rentabel zu bleiben.“

GRÖßERE EFFIZIENZ UND SIGNIFIKANTE KOSTENEINSPARUNGEN

Bei flexiblen Verpackungen kommt es häufig vor, dass Markeninhaber oder Handelsketten 30 bis 50 Sonderfarben über ihr gesamtes Produktportfolio einsetzen. Das hat nicht nur einen höheren Lagerbestand an Farben sowie eine komplexere Logistik, sondern auch einen größeren Einkaufs- und Verwaltungsaufwand zur Folge. Mit einer festen Palette von Druckfarben wie z.B. mit CMYK zur Reproduktion der Markenfarben ist der Verarbeiter in der Lage, erheblich effizienter zu arbeiten, da er beispielsweise Farben einspart, weniger Reinigungsintervalle benötigt und von kürzeren Rüstzeiten profitiert. Damit sind in der gesamten Lieferkette wichtige Kosteneinsparungen möglich und der Markteintritt beschleunigt sich, mit nur ge-

ringen Kompromissen bei der Größe des Farbraumes.

„Asahi Photoproducts freut sich, dass es mit seinen Druckplatten zur Produktion dieses wichtigen Farbfächers von FFP Packaging Solutions beitragen konnte. Es stimmt optimistisch zu sehen, wie das Drucken mit fester Farbpalette in Großbritannien immer beliebter wird und dass Handelsketten wie Asda und Tesco nun offensiv diese Technologie bei Ihren Druckpartnern vorantreiben. Durch das Drucken mit einer festen Farbpalette werden sich weitere Marktanteile hin zum Flexodruck verschieben. Asahi ist davon überzeugt, dass dieser Farbfächer die Akzeptanz von FCP sowohl in Großbritannien als auch in den anderen Ländern weiter fördern wird. Er unterstützt den Endkunden bei der Entscheidung, wann das Drucken mit fester Farbpalette zu empfehlen ist. Die Erfahrungen, die FFP und auch andere Kunden von Asahi mit den Flexodruckplatten mit Pinning Technology with Clean Transfer gemacht haben, zeigen, dass die Zeit für das Drucken mit fester Farbpalette gekommen ist. Dieses Verfahren setzt neue Maßstäbe für die Effizienz und Rentabilität des Flexodrucks“, erläutert Dr. Dieter Niederstadt, Technical Marketing Manager bei Asahi Photoproducts Europe.