Ich will Spass haben!

Von einem Team, das bei der Entwicklung von Verpackungsprototypen hemmungslos experimentell ist.

Bräutigam:Medien GmbH, Hanau, Deutschland.
«Ich will Spass haben!» das gibt Ulrike Börstinghaus unverblümt und lachend zu. Eine wache, strahlende Person, die ihre Mitarbeitenden mit ihrem Lebensmotto ganz offensichtlich mitzureissen vermag. Denn was das Spezialteam für Verpackungs-Mockups leistet, ist erstaunlich.

Im Jahr 2005 gelang Ulrike Börstinghaus die Flucht nach vorn. Nach Differenzen mit den damaligen Partnern gründete sie ihr Unternehmen kurzerhand neu. In nur acht Wochen baute sie ihre Firma auf und startete durch. Sie erwirkte eine Synthese aus dem Schaffen ihres Grossvaters, dem der Zugang zum Verpackungsmarkt über die künstlerische Seite gelang, und der Arbeit ihres Vaters, der das Unternehmen in zweiter Generation technologisch vorantrieb. Als studierte Ingenieurin und Kunstliebhaberin vereint Börstinghaus beide Aspekte. Die 20-köpfige Belegschaft – einschliesslich der Chefin – ist schöpferisch begabt und spürbar motiviert. Die Maschinerie, die zur Umsetzung der Ideen benötigt wird, hat Ulrike Börstinghaus eigenhändig und mit Bedacht ausgewählt. Herzstücke sind ein swissQprint UV-Grossformatdrucker sowie ein Zünd Cutter G3. Zusammen ermöglichen die beiden

Schweizer Apparate einen durchgängigen Print- and Cut-Prozess. «Es kamen nur Maschinen infrage, bei denen ich wusste, woher sie kommen», unterstreicht die Unternehmerin.

Einzigartiges Business-Modell

Bräutigam:Medien bietet anspruchsvolle, serienreife Verpackungsprototypen an. In seiner Ausprägung sei das Business-Modell einzigartig. Die Auftragsübernahme kann in unterschiedlichen Stadien der Entwicklung erfolgen. Mal startet das Team anhand fixer Vorgaben, mal wirkt es bei der Kreation und Konzeption mit, bevor es sich an die Umsetzung macht und das Projekt bis zur Serienreife bringt. Das können sowohl Redesigns als auch völlig neue Produkte sein. Knifflig dabei: Oftmals sind Materialien oder spezifische Materialstrukturen (noch) gar nicht auf dem Markt erhältlich. Dann kommt das Team richtig in Fahrt. Man baut mit UV-Lack Rippenstrukturen oder vermeintlich geprägte Schriftzüge auf. Was einfach klingt, bedingt eine hohe Spezialisierung der Mitarbeitenden. Folien werden spiegelverkehrt bedruckt, damit die Sichtseite einer Schokoriegelverpackung den gewünschten Glanz aufweist. Im Normalfall – wenn es den überhaupt gibt – wird erst gedruckt, dann weiterverarbeitet; also gefräst, graviert, blindgeprägt, konfektioniert, manchmal sogar Blattgold angelegt oder heissversiegelt. Neu unterstützt Bräutigam:Medien gewisse Kunden auch mit neuartigen Ladenbau-Konzepten. «Hierbei höchste Ansprüche zu erfüllen, ist Motivation und Energiequelle zugleich», sagt Börstinghaus.

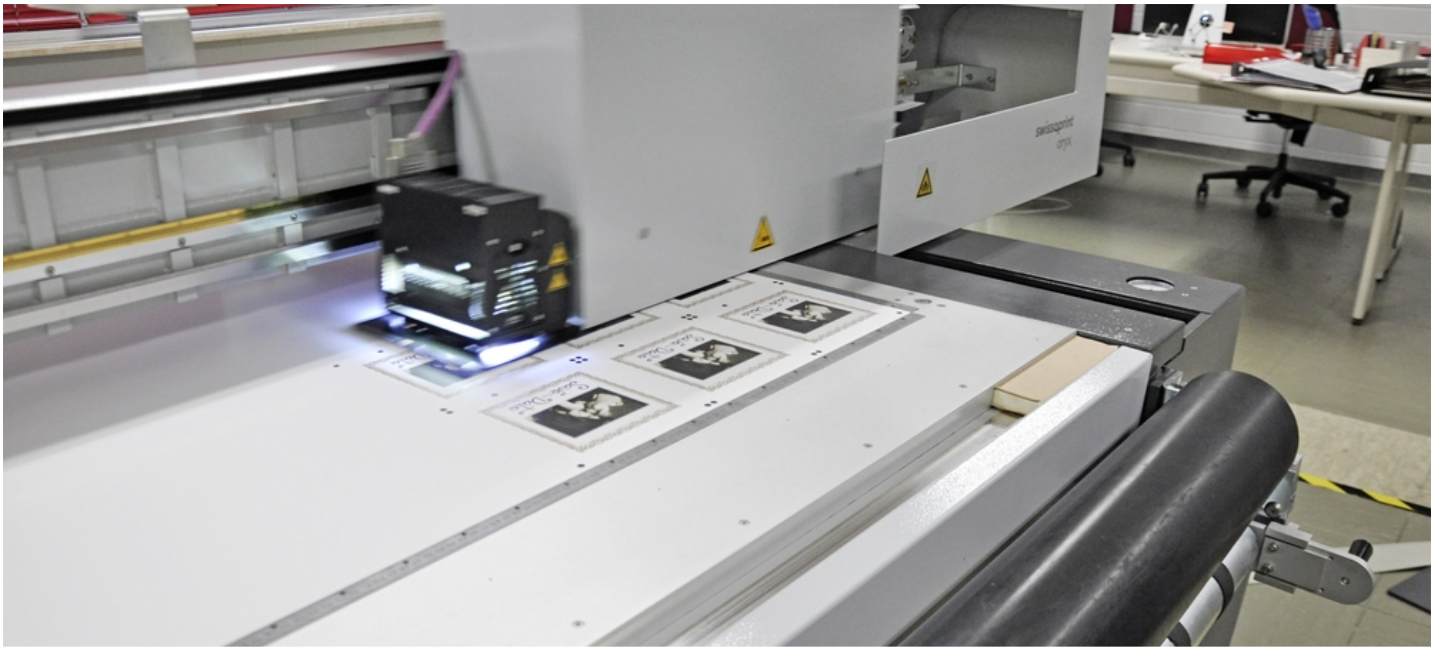
Ulrike Börstinghaus: «Im Verpackungsmarkt wird in zunehmendem Masse veredelt und individualisiert. Die Auflagen werden kleiner.»

Perfektionistische Profis

Ganzheitliche Branchenkenntnisse, fundiertes Know-how in Druck- und Produktionsprozessen, ein ausgeprägtes Vorstellungsvermögen sowie der Mut zum Querdenken sind Qualifikationen, die das Team in seine Arbeit einbringt. Es darf nie vergessen: Was im Experimentiertopf wunderbar aussieht, muss anschliessend auch in der Massenproduktion umgesetzt werden können. Manchmal kommt es vor, dass bei der Umsetzung der Konzeptvorgaben klar wird, dass es so nicht funktionieren kann. Dann springen die Bräutigam-Spezialisten in die Presche und entwickeln etwas völlig Neues – selbst für grosse Marken. Das Vertrauen der Kunden ist da. Ferrero ist beispielsweise seit über 45 Jahren Stammkunde der Bräutigams. Erst wenn alle Beteiligten vollends hinter dem fertigen Entwurf stehen, schliesst Bräutigam:Medien das Dossier und übergibt das Projekt dem Auftraggeber zur Serienproduktion. Was bleibt, ist eine peinlich genaue Aufzeichnung der Entwicklungsschritte, damit einmal Erarbeitetes jederzeit blitzschnell und mit gleichbleibender Qualität reproduziert werden kann.

Lebensechte Mockups

Die Prototypen wirken in jedem Fall verblüffend echt. Und das ist ein Schlüsselfaktor, denn in vielen Fällen werden sie für Befragungen zu Marktforschungszwecken eingesetzt. Aber auch ein Produktmanager beurteilt gerne lebensechte Mockups statt 3-D-CAD-Simulationen oder Weissmuster. Das gibt viel mehr Sicherheit. «Dass wir so realitätsnah produzieren können, verdanken wir in hohem Masse unserer Oryx», erklärt Ulrike Börstinghaus. Die acht Farbkanäle der swissQprint-Maschine sind mit CMYK plus light Cyan und light Magenta bestückt, zusätzlich mit Weiss und Lack. «Damit decken wir jeden gewünschten Farbraum problemlos ab», so Börstinghaus. Der Lack erzeugt optische wie auch haptische Effekte. Weiss wird sehr oft als Hintergrund für das eigentliche Design aufgedruckt. «Als wir den Weisskanal bestellten, war uns nicht bewusst, was wirkliches Weisshandling bedeutet», unterstreicht sie und ergänzt: «Erst jetzt wissen wir, dass viele andere damit kämpfen.» swissQprint-Maschinen halten die weisse Tinte ständig in Bewegung, was die Sedimentation verhindert und somit zuverlässigen Weissdruck sicherstellt. Auch sei sie froh, sich für ein reines Flachbett-System entschieden zu haben und meint damit die hohe Druckqualität und den geringen Platzbedarf der Maschine. Oryx platziert 9 oder 14 Picoliter kleine Tropfen mit höchster Präzision und erzeugt eine visuelle Auflösung bis zu 2160 dpi. Das System ist mit einer Rollenoption für biegeschlaffe Medien ausgerüstet. So ist man völlig frei bei der Substratauswahl.



Die UV-Druckmaschine Oryx besticht durch präzisen Druck und ist bescheiden im Platzbedarf. Das Bräutigam:Medien-Team nutzt sie für jegliche Druckjobs bei der Entwicklung anspruchsvoller Verpackungs-Prototypen.

Hemmungslos experimentell

Das Bräutigam-Team geht auch in aller Selbstverständlichkeit her und bedruckt mit dem UV-Drucker Oryx alles, was ins Konzept passen könnte: Vollkarton, Wellpappe, dünne Alufolien, nur 25 µm starke Plastikfolien, Pergament, Kapselmaterial für Sektflaschen, MDF … mit jedem erdenklichen Material wird experimentiert. Am Ende entstehen komplexe Kartonverpackungen, Sleeves, Identitäten für Weinflaschen aber auch POS-Artikel wie Theken, Steller und Roll-ups. Ulrike Börstinghaus betont: «Ohne die Oryx wären wir nicht da hin gekommen, wo wir jetzt sind. Schon im ersten halben Jahr haben wir mehr gedruckt, als wir jemals erwartet hätten.» Seit der Anschaffung des Digitaldruckers kann das Unternehmen auch transparente und Hohlkörper-Verpackungen simulieren.

Auf die Frage, welche Trends sie im Markt beobachte, antwortet die umsichtige Geschäftsfrau: «Im Verpackungsmarkt wird in zunehmendem Masse veredelt und individualisiert. Die Auflagen werden kleiner. Zudem überlassen die Markenartikler immer weniger dem Zufall. Es wird mehr und mehr getestet.» Vor diesem Hintergrund sieht die Zukunft für Bräutigam:Medien rosig aus. Prototypen sind ein unverzichtbarer Baustein in der Verpackungsentwicklung. Aber auf Biegen und Brechen wachsen, das will Frau Börstinghaus nicht. Weiterhin Spass haben, das will Sie jedoch unbedingt.

BRÄUTIGAM:MEDIEN

Firma	Bräutigam - Ihr Mediendienstleister GmbH, Deutschland
Webseite	www.braeutigam-medien.de
Branche	Mediendienstleister
Gründung	2005
Belegschaft	20
Drucker	Oryx
Referenzen	Food Markenartikler (Verpackungsentwicklung, Verkaufsförderung, Messe-/Vertriebsmuster, Werbemittel, Displays) Verpackungs- und Displayhersteller (Prototypen)