

Etiketten Labels

9650 · 24. Jahrgang · Dezember · **6-2016**

Wöchentlicher Newsletter

→ etiketten-labels.com



Leaflet-Etiketten
Viele Informationen auf kleinstem Raum

Effizienz von UV-LED

Setzt sich diese Technik zur Aushärtung durch?

Bahnlaufregelung

Die Vorteile für einen konstanten Rollendruck

Rasterpunkte im Flexodruck

Optimierte Oberflächen erhöhen die Druckqualität

Laserstanzen

Feinste Muster und Linien durch eine neue Maschine

Maschinen nach Maß

Importeur passt Produkte an Kundenwünsche an

Robos – ein Spezialist für individuelle Etiketten und Produktlösungen

Michael Scherhag

Die Etikettendruckerei Robos, gegründet 1960, kann auf eine lange Tradition und viel Erfahrung zurückblicken. Spezialisiert hat sich der Hersteller auf individuelle Etikettenlösungen für seine Kunden. Robos bietet Etikettenlösungen für nahezu alle Untergründe und Umgebungen. Ob wetterfeste Etiketten, Booklet-Etiketten oder Etiketten mit UL-Zulassung für den amerikanischen Markt – als Etikettenhersteller produziert Robos in den unterschiedlichsten Druckverfahren und auf dem neuesten Stand der Technik. Ein Interview mit Robos-Geschäftsführer Harry Reuter.

Robos produziert individuelle Kennzeichnungslösungen für Kunden aus nahezu allen Branchen, darunter Automotive, Medizin & Pharma, Technische Industrie, Getränke & Lebensmittel, Transport und viele andere. Robos unterteilt die Produkte in verschiedene Bereiche: Robos identity bietet Etiketten für die saubere und sichere Kennzeichnung von Produkten. Robos brandify steht für Etiketten zur Dekoration von Produkten, Verpackungen oder der Haut. Unter Robos protect werden Etiketten mit Schutzfunktion für spezifische Anwendungen angeboten und Robos connect ist die Kategorie für Etiketten, die Arbeitsabläufe verbinden oder den Zugriff auf Informationen ermöglichen.

Das Unternehmen hat 96 Mitarbeiter und derzeit noch zwei Standorte: Die Verwaltung in Korn-

westheim bei Stuttgart und die Produktion in Schwanheim. Für 2017 ist ein Neubau auf 7583 m² Fläche geplant. Zu den Kunden von Robos zählen namhafte Markenhersteller wie Bosch, Stihl, Daimler und Qiagen.

Die Etikettenproduktion stellt sich in den Unternehmen meist sehr vielfältig und individuell unterschiedlich dar. Wo liegen Ihre Schwerpunkte?

Harry Reuter: Je nach Anforderungen, die an das Etikett gestellt werden und den wirtschaftlichen Erfordernissen produziert Robos in unterschiedlichen Druckverfahren, wie Digitaldruck, Siebdruck, Flexodruck und Buchdruck. Ebenso kommen modernste Bookletmaschinen zum Einsatz. Die Kunden von Robos stellen oftmals besondere Anforderungen

an das Etikett oder brauchen eine spezielle Lösung für ein bestimmtes Problem. Dies kann zum Beispiel die Umgebung, die Verarbeitung, die Klebkraft oder die Funktion des Etiketts betreffen. Je nachdem, was gewünscht wird, entwickelt Robos bei Bedarf auch eigene maßgeschneiderte Lösungen für seine Kunden und testet diese im Vorfeld.

Welche Anforderungen stellen Ihre Kunden und wo sehen Sie die größten Entwicklungen auf der Kundenseite?

Harry Reuter: Tatsächlich sind es die zunehmenden Produktvarianten, die in unterschiedlichsten Auflagen angefordert werden. Durch gesetzliche Vorgaben, Sicherheitsbestimmungen und mehrsprachige Versionen für internationale Märkte müssen diese in

„Die Kunden stellen oftmals besondere Anforderungen an das Etikett oder brauchen eine spezielle Lösung für ein bestimmtes Problem.“

kürzester Zeit produziert und termingenau geliefert werden. Der Kunde möchte keine großen Vorräte anlegen, sondern kurzfristig eine genaue Menge, die seinem Bedarf angepasst ist. Das spart Lagerhaltungskosten und verhindert, dass Etiketten unbrauchbar werden, wenn gesetzliche Bestimmungen oder Inhaltsstoffe sich ändern.

Links: Harry Reuter, Geschäftsführer der Robos GmbH & Co. KG in Kornwestheim. Der innovative Unternehmer setzt auf Vielfalt und Individualität

Rechts: Leaflet-Etiketten, eine der Robos-Spezialitäten, ermöglichen umfangreiche Informationen auf kleinstem Raum



Wie stellen Sie sich darauf ein? Investieren Sie in besondere Technologien?

Harry Reuter: Wir legen den Fokus auf den Ausbau unserer Digitaldruckabteilung. In diesem Bereich produzieren wir auf zwei leistungsstarken Maschinen und schulen unsere Mitarbeiter regelmäßig. Im Digitaldruck sind Kleinstauflagen für Testmärkte ebenso möglich wie sehr große

„Ein Web-to-print-Workflowsystem ermöglicht eine Automatisierung des kompletten Workflows mit absolut zuverlässiger Qualitätskontrolle der Druckdaten.“

Auflagen, wie wir es bei der Personalisierung von Coca-Cola-Etiketten für eine einzigartige Kampagne umgesetzt haben. Änderungen am Motiv sind bis zum letzten Moment möglich, das schätzen unsere Kunden sehr.

Analog, Hybrid, Digitaldruck – welche Technologien setzen Sie ein und warum?

Harry Reuter: Im Moment setzen wir UV-Flexodruck, Siebdruck, Buchdruck und Digitaldruck ein. Mit dieser Vielfalt können wir ein breit gefächertes Angebot für die verschiedensten Anforderungen unserer Kunden im Druckbereich abbilden.

Verpackungsdruck auf Etikettenschneidemaschinen – ein Trend, der gerade für Aufsehen sorgt. Ist dies auch für Sie eine Chance? Nutzen Sie die Möglichkeiten bereits?

Harry Reuter: Wir konzentrieren uns auf unsere Kernkompetenzen. Wir sind spezialisiert auf Etiketten vom Typenschild bis zum Booklet-etikett, in diesem Bereich wollen wir richtig gut sein.

Wenn nicht, haben Sie vor, in diesen Markt einzusteigen und gibt es eventuell schon Investitionspläne?

Harry Reuter: Momentan ist in dieser Richtung nichts geplant.

Automatisierung und Optimierung des Workflows, Prozesskontrolle, Industrie 4.0 – Stichworte für eine ganz aktuelle Entwicklung. Hat das

auch für Ihr Unternehmen Relevanz?

Harry Reuter: Wir sind gerade dabei, ein Web-to-print-Workflowsystem einzuführen. Diese Software ermöglicht eine Automatisierung des kompletten Workflows mit absolut zuverlässiger Qualitätskontrolle der Druckdaten. Die Folge ist mehr Effizienz und Durchsatz, das spart uns und unseren Kunden Zeit und Geld. So lässt sich die Qualität steigern, Fehler können reduziert werden und der Prozess kann kosteneffizienter gestaltet werden. Außerdem ist für Robos

ein Neubau geplant, der im Jahr 2017 bezogen werden soll. Alle Produktionsabläufe wurden zusammen mit dem Fraunhofer-Institut geplant und das Optimierungsprogramm wird im neuen Gebäude entsprechend umgesetzt.

UV-LED im Etikettendruck. Welche Bedeutung geben Sie dieser Entwicklung für die Etikettenproduktion und wo sehen Sie Probleme, wo Chancen?

Harry Reuter: Die UV-LED-Trocknung hat den Vorteil, dass sie energiesparend und genau steuer-



bar ist. Auch hier beobachten wir, was am Markt passiert und welche Erfahrungen damit gemacht werden. Sollte sich dieses Verfahren in allen Punkten als zufriedenstellend erweisen, dann werden wir es sicherlich bei der Anschaffung von neuen Maschinen umsetzen.

Online-Print, Webshops, Social Media – welche Bedeutung haben diese Entwicklungen für Sie?

Harry Reuter: Ein Online-Shop für Robos ist durchaus denkbar, allerdings sind hierfür noch einige technische Grundlagen zu realisieren und Prozesse anzupassen. Was Social Media betrifft, postet Robos regelmäßig auf Facebook und

GooglePlus zu aktuellen Themen. Das gehört heute einfach dazu, da Kunden und Interessenten auf allen Kanälen unterwegs sind. Zudem unterstützen Social Media-Aktivitäten die Auffindbarkeit bei den Suchmaschinen. Besonders wichtig ist uns die Robos-Website. Wir möchten unseren Kunden und Interessenten in leicht verdaulicher und optisch attraktiver Form viele Informationen zu unserem Unternehmen und der Welt der Etiketten bieten. Großen Zuspruch findet hier unser Etikettenlexikon.

Ein Blick in die Zukunft: Wo sehen Sie die wichtigsten Entwicklungen und wie stellen Sie sich darauf ein?

Harry Reuter: Von unseren Kunden werden zunehmend flexible Produktlösungen gefordert, die genau an ihre unterschiedlichen Bedürfnisse angepasst sind. Dies betrifft Liefertermine und Stückzahlen genauso wie maßgeschneiderte individuelle Lösungen und einen zunehmenden Kostendruck. Um den Kunden zu überzeugen, muss jedoch das Gesamtpaket stimmen. Grundvoraussetzung hierfür ist dann eine aktuelle Technik und entsprechend motivierte Mitarbeiter. Wir müssen die Kundenanforderungen aufnehmen und verstehen. Nur dann können wir den Kunden richtig beraten und die beste Lösung vorschlagen.

Links: Beispiel Coca Cola: Individuelle Etiketten sorgen für große Aufmerksamkeit am Point-of-sale

Rechts: Eine weitere Spezialität von Robos sind wasserfeste Leaflet-Etiketten für den Außenbereich