

DER CCL LEIT- FADEN FÜR IHREN EIN- STIEG IN DIE WELT DES EINWEG- PFAND



Vorwort

Einen schönen guten Tag!

Wir freuen uns, dass wir uns nun kennenlernen und Sie bei Ihrem Einstieg in die Welt des Pfandes unterstützen dürfen.

Wir möchten Ihnen mit unserem Leitfaden viele Fragen beantworten, einen klaren Blick auf die Dinge geben und einen guten Weg für Sie aufzeigen.

Für den Fall, dass sich dennoch Fragen ergeben, Ihre Lage kann ja auch durchaus speziell sein: Wir sind jederzeit für Sie da!

Spätestens natürlich, wenn Sie den erarbeiteten Weg dann wirklich gehen möchten.

Kurz zum Aufbau

Damit Sie ein Gesicht vor Augen haben, möchten wir uns auf den nächsten Seiten kurz vorstellen und arbeiten uns dann anhand von Fragen Stück für Stück in die Materie des Pfands ein.

Immer mit dem Ziel, Ihnen am Ende:

- *einen klaren Blick über die Funktionalität des Pfandsystems zu geben.*
- *aufzuzeigen welche Lösungen es hier gibt und welche Vor- und Nachteile diese haben.*
- *einige Experten-Tipps an die Hand zu geben, um Ihre Ziele zu erreichen.*

Den Index haben wir Ihnen hier aufgeführt, sodass Sie sich beim Nachschlagen navigieren können:

Index

<i>Wer sind wir?</i>	S. 1
<i>Welche Produkte sind von der Pfandpflicht betroffen?</i>	S. 2
<i>Wie ist das DPG-Pfandsystem aufgebaut?</i>	S. 4
<i>Wie funktionieren das DPG-Logo und der EAN-Code?</i>	S. 6
<i>Was hat es mit dem Code und „Einwegpfand € 0,25“ auf sich?</i>	S. 7
<i>Welche Alternativen gibt es zum Einwegpfand?</i>	S. 7
<i>Die wichtigsten Regeln im Überblick.</i>	S. 9
<i>Wie kann ich mich bei der DPG anmelden?</i>	S. 10
<i>Welche Lösungen gibt es auf dem Markt?</i>	S. 11
<i>Profitipps zur Erreichung Ihrer Ziele.</i>	S. 21
<i>Die perfekte Lösung.</i>	S. 28

Wer sind wir?



Das sind wir!
Das Team



Und das bin ich!
Alexander Gasper

Gemeinsam helfen wir täglich unseren Partnern den für Sie optimalen Weg in der Welt des Pfandes zu finden, diesen Weg natürlich auch zu gehen und dabei Ihre Ziele zu erreichen.

Im Herzen sind wir nämlich eine Etikettendruckerei. Das bedeutet, vom Finden des richtigen Pfads, über den Aufbau neuer Datensätze bis hin zur Produktion der Etiketten können wir Sie zu 100% unterstützen und begleiten.

Welche Produkte sind von der Pfandpflicht betroffen?

Die Pfandpflicht ist zuerst nach Gebinden, also der Art des Getränkebehälters, aufgebaut und teilt sich in drei Klassen ein:

1. Dosen – Aluminium
2. Flaschen – PET
3. Flaschen – Glas

Innerhalb dieser Gebinde wird dann anhand des Getränks unterschieden.

Ist Ihr jeweiliges Getränk in seiner aktuellen Verpackung hier inbegriffen, dann fällt es unter die Pfandpflicht. Im Gegenzug kann es aber natürlich auch möglich sein, dass das gleiche Getränk in einer anderen Verpackung nicht (oder noch nicht) pfandpflichtig ist. So ist das zum Beispiel aktuell beim Wein der Fall.

Wein ist lediglich in Dosen und PET-Flaschen pfandpflichtig, nicht aber in Glasflaschen.

Hier eine Übersicht der pfandpflichtigen Getränke, abhängig von ihrem Gebinde:

Getränkeart	Glas	Dose	PET
Bier	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Biermischgetränke aller Art	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Alkoholfreies Bier	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Mineralwasser (mit und ohne Kohlensäure)	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Alle übrigen trinkbaren Wässer	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Cola	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Limonade	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Bestimmte Fruchtsäfte	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Frucht- und Gemüsesäfte	Befreit	Verpflichtet	Verpflichtet
Frucht- und Gemüseektare mit Kohlensäure	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Frucht- und Gemüseektare ohne Kohlensäure	Befreit	Verpflichtet	Verpflichtet
Sportlergetränke	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Energydrinks aller Art	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Eistee	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet

Getränkart	Glas	Dose	PET
Kalte Kaffeegetränke	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Bittergetränke mit und ohne Kohlensäure	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Diätische Getränke (Ausnahme solche für Säuglinge und Kleinkinder)	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Diätische Getränke für Säuglinge und Kleinkinder	Befreit	Befreit	Verpflichtet
Milcherzeugnismischgetränke (inkl. Energydrinks mit Molke)	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Milch- und Milchmischgetränke und sonstige trinkbare Milcherzeugnisse	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Alkoholische Mischgetränke aller Art	Verpflichtet	Verpflichtet	Verpflichtet
Sekt und Sektmischgetränke	Befreit	Verpflichtet	Verpflichtet
Wein und Weinmischgetränke	Befreit	Verpflichtet	Verpflichtet
Weinähnliche Getränke und Mischgetränke	Befreit	Verpflichtet	Verpflichtet
Alkoholerzeugnisse und sonstige alkoholhaltige Mischgetränke	Befreit	Verpflichtet	Verpflichtet

Mit der neuen Regelung ab 01.01.2024 verpflichtet

Ausnahmen

Ausgenommen von diesem Register und damit von der Pfandpflicht entbunden sind lediglich Verpackungen, die ein Füllvolumen von weniger als 0,1 l oder mehr als 3,0 l aufweisen.

Andernfalls kann von dem Einwegpfand nur ausgenommen werden, wer sich in einer der ebenfalls nachhaltigen Alternativen bewegt.

Mehr zu diesen Alternativen finden Sie unter dem Punkt [Welche Alternativen gibt es zur Pfandpflicht?](#).

Wie ist das DPG-Pfandsystem aufgebaut?

Das Pfandsystem arbeitet in einem Kreislauf. Den Anfang des Kreises stellt der sogenannte Erstinverkehrbringer dar. Damit ist der Produzent oder Importeur des Produkts gemeint, welcher dieses erstmalig innerhalb deutscher Landesgrenzen wieder verkauft. Also Sie!

Sie haben jetzt das Privileg Ihren Kunden die 0,25 € Pfand zu berechnen, ohne diese selbst irgendwo bezahlt zu haben. Daher schreibt die DPG vor, dass dieser Betrag auf einem gesonderten Konto zurückgestellt werden muss (Wir sehen gleich warum.).

Damit Sie diese 0,25 € Pfand erheben dürfen, muss das Produkt mit einer gültigen Pfandmarke ausgestattet sein. Diese Marken bekommen Sie zum Beispiel von uns.

Ihr Produkt läuft anschließend durch den Markt, wo es gegebenenfalls nochmal inklusive Pfand weiterverkauft wird, bis es den Konsumenten erreicht.

Dieser bekommt das bezahlte Pfand nun bekanntlich nur zurück, wenn er den Behälter an einen Automaten zurückgibt.

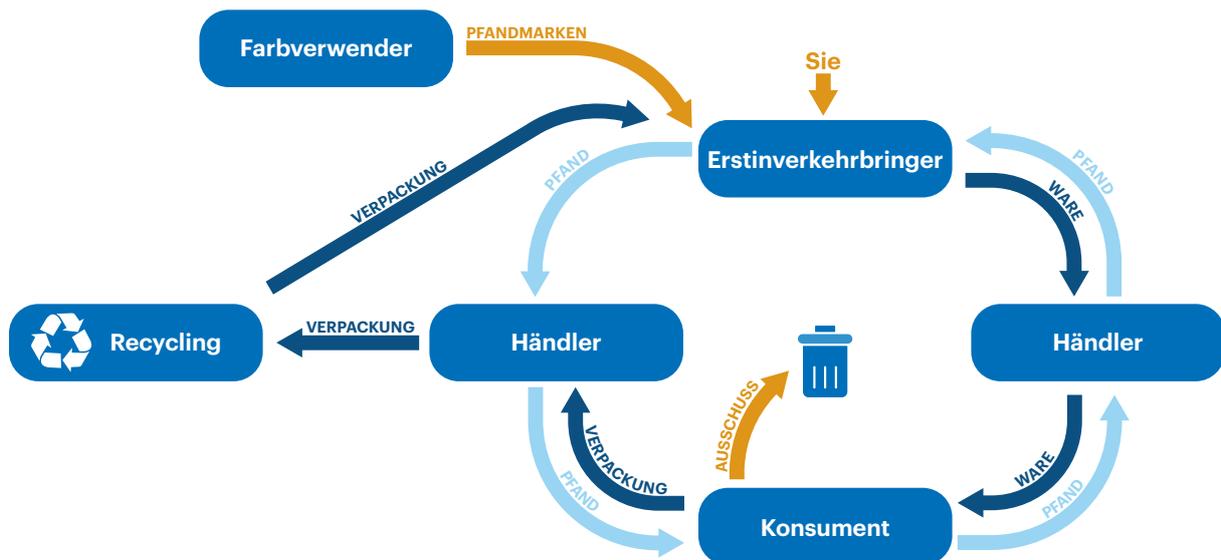
Der Händler oder derjenige, dessen Automat Ihre Verpackung dann zurückgenommen hat, berechnet dann (meistens über einen Clearingdienstleister) das ausbezahlte Pfand wieder an Sie und der anfangs zurückgestellte Betrag wird wieder abgebaut. Sie werden dabei über den EAN-Code unter dem Logo als Erstinverkehrbringer der Verpackung identifiziert. Mehr zum EAN-Code später.

Wichtiger Hinweis: Da nicht jede Verpackung auch wieder zurückgegeben wird, baut sich die Rückstellung auf Ihrem Konto mit der Zeit auf. Die DPG regelt in Ihren Verträgen allerdings, dass es sich hierbei um einen Betrag handelt, über den nur sie verfügen kann.

Wir als Etikettenhersteller sind bei diesem Kreislauf noch außen vor. Das bedeutet, Pfand spielt zwischen Ihnen und uns noch keinerlei Rolle.

Wir stellen Ihnen die Pfandmarken zur Verfügung, die jedem im folgenden Kreislauf signalisieren, dass diese Verpackung einen Pfandwert hat. Jede einzelne Marke hat also einen Geldwert, mehr dazu im nächsten Punkt.

Der Pfand-Kreislauf im Überblick:

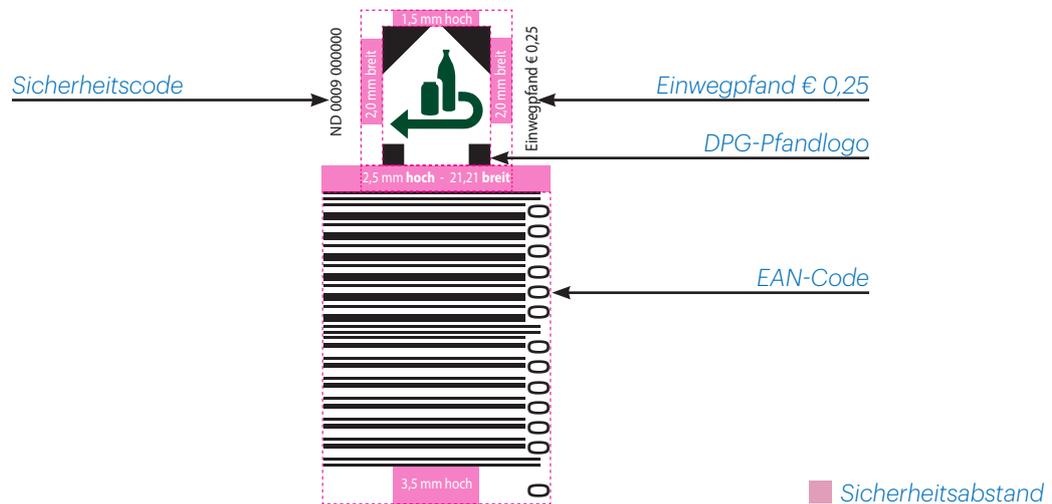


Hinweis zur Rücknahme: Jeder der Getränke mit Pfand verkauft, muss auch die leeren Behälter zurücknehmen und das Pfand ausbezahlen. Unabhängig davon, ob es ein von ihm vertriebenes Produkt ist oder nicht. Lediglich wenn er eine der drei Gebindearten (Aluminium, PET & Glas) nicht vertreibt, muss er diese auch nicht zurücknehmen.

Diese Rücknahme-Regelung mit den Gebindearten ist daher oft der Grund, weshalb viele Einweg-Glasflaschen nicht überall zurückgegeben werden können. Nicht jeder Händler vertreibt Einweg-Glas und muss diese Produkte deshalb auch nicht zurücknehmen.

Verkauft ein Händler jedoch Dosen mit Einwegpfand, muss er auch ausnahmslos jede Dose mit Einwegpfand zurücknehmen und das Pfand ausbezahlen.

Ausgenommen von dieser Regelung sind Händler mit einer Verkaufsfläche von weniger als 200m². Diese können ihre Rücknahme auf die Marken beschränken, die sie auch tatsächlich verkaufen.



Wie funktionieren DPG-Logo und EAN-Code?

Das *DPG-Logo* dient der Kontrolle, ob es sich bei dem vorliegenden Produkt wirklich um ein Produkt handelt, für das Pfand erhoben und zurückgestellt worden ist.

In das Logo sind mehrere Sicherheitsmechanismen eingebaut, die ein Rückgabeautomat akribisch genau testet und das Logo damit fälschungssicher, wie eine Geldmünze, macht.

Außerdem kontrolliert die DPG ständig die in den Verkehr gebrachte Mengen mit den Zurückgebrachten, sowie die Rhythmen in denen dies passiert. Bei Auffälligkeiten werden dann entsprechend Nachforschungen angestellt.

Der *EAN-Code* dient neben der Produkterkennung auch der Identifikation des Erstinverkehrbringers, an den nach der Rückgabe das ausbezahlte Pfand berechnet wird. Nebenbei weist er, wie jeder andere Barcode auch, das vorliegende Produkt für die Kassensysteme aus.

Wichtig ist hierbei, dass die DPG nur mit der GS1 als Anbieter von EAN-Codes zusammenarbeitet. Es muss sich also zwingend um einen GTIN von der GS1 handeln.

Was hat es mit dem Sicherheitscode und „Einwegpfand € 0,25“ auf sich?

Der kleine Code, der sich neben dem Pfandlogo befindet ist der sogenannte „*Sicherheitscode*“. Über diesen Code lässt sich der Hersteller der Pfandlabel sowie das Produkt identifizieren. Seine einzige Funktion ist es im Notfall als Identifikator von Produkt und Charge zu dienen.

Designtechnisch ist zu berücksichtigen, dass der Sicherheitscode zwar neben das DPG-Logo muss, sich aber grundsätzlich dem Design des restlichen Etiketts anpassen darf. Schwarz auf Weiß ist also nicht nötig – er muss lediglich erkennbar sein.

Die Angabe „*Einwegpfand € 0,25*“ ist eine freiwillige Information für die Konsumenten. Sie muss also nicht zwingend neben das DPG-Logo. Natürlich empfiehlt die DPG es aber so zu drucken. Auch diese Angabe unterliegt keiner strengen Designvorschrift und muss lediglich erkennbar sein.

Welche Alternativen gibt es zum Einwegpfand?

Die Idee der DPG ist es, innerhalb der betreffenden Getränke-Gebindeklassen sicherzustellen, dass die Verpackung zurückgegeben wird und damit recycelt werden kann. Das Ziel: ein ökologischeres Wirtschaften erzielen.

Alternativen zum Recyceln (also Einwegpfand) sind andere ökologisch vorteilhafte Verpackungen.

Dazu zählen hauptsächlich:

- Getränkekartonverpackungen
- Getränke-Polyethylen-Schlauchbeutel-Verpackungen
- Mehrweg-Verpackungen

Diese Verpackungsarten sind von der Pfandpflicht befreit, da sie eine Alternative mit ebenfalls ökologischem Ziel darstellen.

Machen diese Alternativen für Sie Sinn?

Wenn Sie sich aktuell in den klassischen Gebinde-Arten Glas, PET oder Dose bewegen, ist der Umstieg auf eine Karton- oder Schlauchverpackung unserer Erfahrung nach mit sehr massiven Veränderungen in Produktion, Marketing und Logistikprozess verbunden. Sie verändern die Art Ihrer Verpackung grundlegend.

Bisher haben wir diesen Weg daher tatsächlich nur solche Partner einschlagen sehen, die sich hier auch generell eine neue Marktposition schaffen wollten.

Mehrweg hingegen ist für diejenigen, die Glasgebinde einsetzen eine echte Alternative, weshalb wir auf diesen Punkt hier noch einmal ausführlicher eingehen möchten.

Mehrweg

Im Gegensatz zum DPG-Einwegsystem ist das Mehrwegsystem freiwillig.

Die Hauptunterschiede zum Einwegsystem sind folgende:

- Das Mehrwegsystem funktioniert ohne eine Aufseher-Instanz (wie die DPG),
- respektive also auch ohne ein Pfandlogo
- und das zurückgebrachte Glas wird gespült statt recycelt.

Der Kreislauf funktioniert daher im Grunde genommen genau wie der des Einwegpfands, mit dem Unterschied, dass die Flasche nicht ins Recycling geht sondern zurück an Sie.

Sie erheben beim Verkauf eines Glases also ein Pfand, das Sie wieder ausbezahlen, wenn Ihnen jemand die Flasche zurückbringt (Im Handel passiert dies meist über einen Lehrgutlogistiker, der das Sortieren und Verteilen übernimmt.).

Dieses System macht natürlich nur Sinn, wenn Sie vorhaben die zurückerhaltenen Flaschen auch wieder zu spülen und neu zu befüllen.

Hinweis an der Stelle:

Um eine Flasche spülen und wieder nutzen zu können, bedarf es einer Spülanlage, die vor die Füllstraße geschaltet wird sowie abwaschbare Etiketten.



Die wichtigsten Regeln im Überblick

Hier möchten wir Ihnen einen kurzen Überblick über die wichtigsten Regeln beim Arbeiten mit dem DPG-Logo geben, welche Sie unseres Erachtens kennen sollten, wenn Sie einen Einstieg in das Einwegpfand planen.



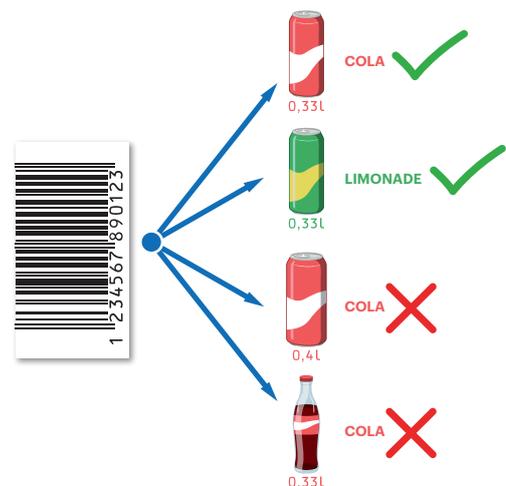
1. Nur ein EAN-Code pro Produkt

Damit die Rücknahme-Automaten bei der Identifizierung des Produkts nicht durcheinanderkommen, erlaubt die DPG nur einen EAN-Code pro Produkt. Mit QR-Codes kann jedoch weiterhin unbeirrt gearbeitet werden.

Ist bereits ein EAN-Code auf Ihrem Produkt enthalten, muss dieser verlässlich überklebt werden. Hierbei helfen sogenannte Nachlabel – mehr dazu unter den [Lösungen](#).

2. Mehrere Produkte unter einem EAN-Code zusammenfassen

Solange die Produkte unter den gleichen Gebindetyp fallen, das bedeutet gleiches Material (Aluminium, Glas, PET) und gleiche Größe (0,33l, 0,5l, 1l, etc.), erlaubt die DPG die Nutzung eines EAN-Codes für alle Produkte, unabhängig ihres Inhalts. Das heißt, solange es für Ihre Prozesse und Kunden in Ordnung ist, kann mit nur einem EAN-Code gearbeitet werden, solange Gebindegröße und Gebindetyp übereinstimmen.





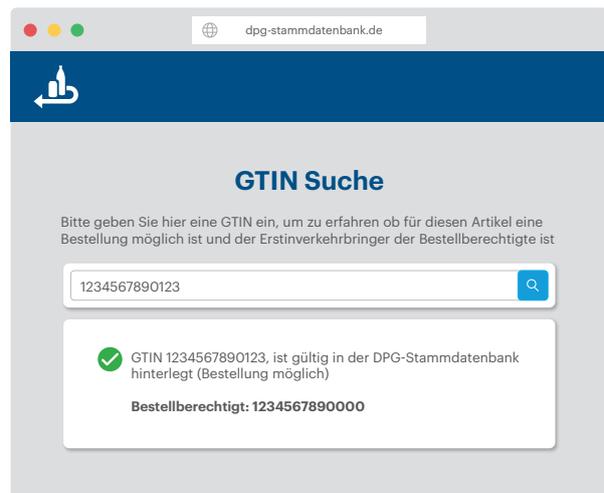
3. EAN-Code und DPG-Logo müssen immer hochkant aufgebaut sein

Beide Elemente bilden hierbei eine Einheit und dürfen nicht voneinander getrennt werden. Auch gibt es genaue Vorgaben welche Größen und Ruhezonon um DPG-Logo und EAN-Code einzuhalten sind. Diese Vorschriften händigt die DPG bei der Anmeldung automatisch aus.

Für diejenigen, die es lieber einfach mögen: Wir können Ihnen das DPG-Logo und den EAN-Code gemäß sämtlicher Vorschriften einbauen. Dazu reicht schon ein freigehaltener Raum von 23 x 45 mm (hochkant). Das spart Ihnen das komplette Einlesen in die Vorgaben.

4. GTIN muss zur Bestellung freigeschaltet sein

Den Herstellern von Verpackungen mit DPG-Logo (also uns Etikettendruckern) schreibt die DPG vor, dass der GTIN, der auf die Verpackung kommen soll, vor Annahme der Bestellung angemeldet ist. Angemeldet bedeutet in dem Fall eine vollständige Eingabe des GTINs in die Stammdatenbank der DPG (Den Zugang dazu erhalten Sie nach der Anmeldung bei der DPG selbst.). Erst ab dieser Freischaltung dürfen wir die Bestellung offiziell annehmen und beginnen.



Wie kann ich mich bei der DPG anmelden?

Die Anmeldung bei der DPG leiten Sie mit einem kurzen Anruf oder einer E-Mail an die DPG selbst ein. Die aktuellen Kontaktdaten der Ansprechpartner finden sich immer auf der Website der DPG unter dem Reiter *Kontakt*. Zur Anmeldung werden Ihnen dann die Vertragsunterlagen zugesandt.

www.dpg-pfandsystem.de

Welche Lösungen gibt es auf dem Markt?

Nun zum spannenden Teil: den verschiedenen Lösungsansätzen für Ihre Verpackung sowie deren Vor- und Nachteile.

Wir möchten hier zwischen den zwei Positionen *Importeur* und *Hersteller* unterscheiden, da beide ihre eigenen Ausgangslagen und Herausforderungen haben.

Importeur sind alle diejenigen, die das Produkt fertig, aber ohne Pfandlogo nach Deutschland holen und dann als Erster im Kreislauf innerhalb Deutschlands vertreiben. „Import“ bezieht sich hier auch auf den Bezug aus anderen EU-Ländern, da das DPG-System nur in Deutschland arbeitet. Ihre Besonderheit ist, dass sie in der Regel keinen direkten Einfluss auf die Produktverpackung haben.

Hersteller sind diejenigen, die ein Produkt herstellen oder bei anderen Firmen in ihrem Namen herstellen lassen und dann als Erster im Kreislauf innerhalb Deutschlands das fertige Produkt vertreiben. Sie haben im Vergleich zum Importeur in der Regel die Möglichkeit Einfluss auf die Verpackung zu nehmen.

Wir beginnen hier mit dem Importeur, auf Seite 14 geht es mit dem Hersteller weiter.

Für Importeure

DPG-Nachlabel klein



**Sidenote zur LMIV*

Wir haben auch hierzu einen Leitfaden erstellt, der Ihnen die wichtigsten Regeln kurz und knapp erklärt. Sagen Sie einfach bescheid, wenn Sie ihn gerne hätten (er ist selbstverständlich 100% kostenlos).

Sie sind die einfachste Form der Nachlabel und bestehen lediglich aus dem DPG-Logo und dem EAN-Code. Sie sind dazu gedacht, den bestehenden EAN-Code mit Ihrem eigenen (bei der DPG-gemeldeten) EAN-Code und Logo zu überkleben.

Hierbei ist es wichtig darauf zu achten, dass das Nachlabel keine der wichtigen Deklarationen wie Zutaten, Inhalt oder Alkohol überklebt und dass diese Angaben auch vollzählig und gemäß der LMIV* (Lebensmittelinformationsverordnung) vorhanden sind.

Vorteile

- Aufgrund ihres geringen Materialverbrauchs sehr günstig.
- Flexibler Einsatz, da keine variablen Daten enthalten sind.

Nachteile

- Nur anwendbar, wenn alle anderen Angaben bereits gemäß der LMIV vorhanden sind.

DPG-Nachlabel Sonderform



**Sidenote zur Kosteneffizienz: Diese gilt nur solange sich auch alle Ihre Produkte innerhalb einer bestimmten Sonderform vereinen lassen. Sind mehrere Formate von Nöten, empfiehlt sich stattdessen ein einheitliches, größeres Etikett.*

Diese Nachlabel sind genau wie die Standard-Nachlabel aufgebaut, besitzen lediglich einen zusätzlichen „Überklebe-Arm“ oder sind etwas größer aufgebaut. Sie kommen hauptsächlich zum Einsatz, wenn durch die Überklebung mittels Standard-DPG-Nachlabel wichtigen Deklarationen verdeckt würden oder wenn sich der alte EAN-Code anders nicht überdecken lässt. Ihre Form lässt sich jeder individuellen Situation anpassen.

Vorteile

- Aufgrund ihres geringen Materialverbrauchs verhältnismäßig günstig.*
- Flexibler Einsatz, da keine variablen Daten enthalten sind.

Nachteile

- Nur anwendbar, wenn alle anderen Angaben bereits gemäß der LMIV vorhanden sind.

DPG-Nachlabel groß mit Zusatz

Hierbei spricht man von Nachlabeln, denen man neben DPG-Logo und EAN-Code auch sämtliche LMIV-pflichtigen Angaben wie Zutaten, Nährwerte etc. ergänzt.

Diese Angaben können je nach Bedarf direkt bei uns oder auch bei Ihnen selbst eingedruckt werden.

Der Eindruck bei uns ist in der Summe kosteneffizienter, da kein zweiter Arbeitsschritt erforderlich ist.

Im Gegenzug ist ein Eindruck bei Ihnen deutlich flexibler, da die Angaben ganz nach Bedarf eingedruckt werden können und nicht schon bei der Bestellung der Etiketten fix sein müssen.

Vorteile

- Universell anwendbar; jedes Produkt kann mit den richtigen Angaben versehen und damit mit nur 1x aufkleben gültig gemacht werden.

Nachteile

- Relativ materialintensiv und daher im preislichen Mittelmaß angesiedelt.



DPG-Nachlabel im angepassten Design

Dieses Nachlabel beinhaltet, wie die großen Nachlabel mit Zusatz, sämtliche Angaben, um ein Produkt in Deutschland verkehrsfähig zu machen.

Um das Produkt in seiner Gesamterscheinung unverändert zu erhalten wird das Design des Nachlabels auf das Design des Produkts angepasst (In unserem Beispiel wäre das eine blaue Dose.).

Vorteile

- Universell anwendbar, jedes Produkt kann mit den richtigen Angaben versehen und damit mit nur 1x aufkleben gültig gemacht werden.
- Label und Design verschmelzen. Produktästhetik wird aufrechterhalten.

Nachteile

- Sehr materialintensiv und daher im oberen Preissegment angesiedelt



Sonderlösung: Eindruck

Der Eindruck ist ein Zwischenschritt, der sich bei allen hier aufgelisteten Lösungen einbauen lässt und der gerade bei einer hohen Sortenvielfalt und/oder kleinen Sortengrößen (<4.000 Stück) für Flexibilität, Schnelligkeit und Preiffizienz sorgt.

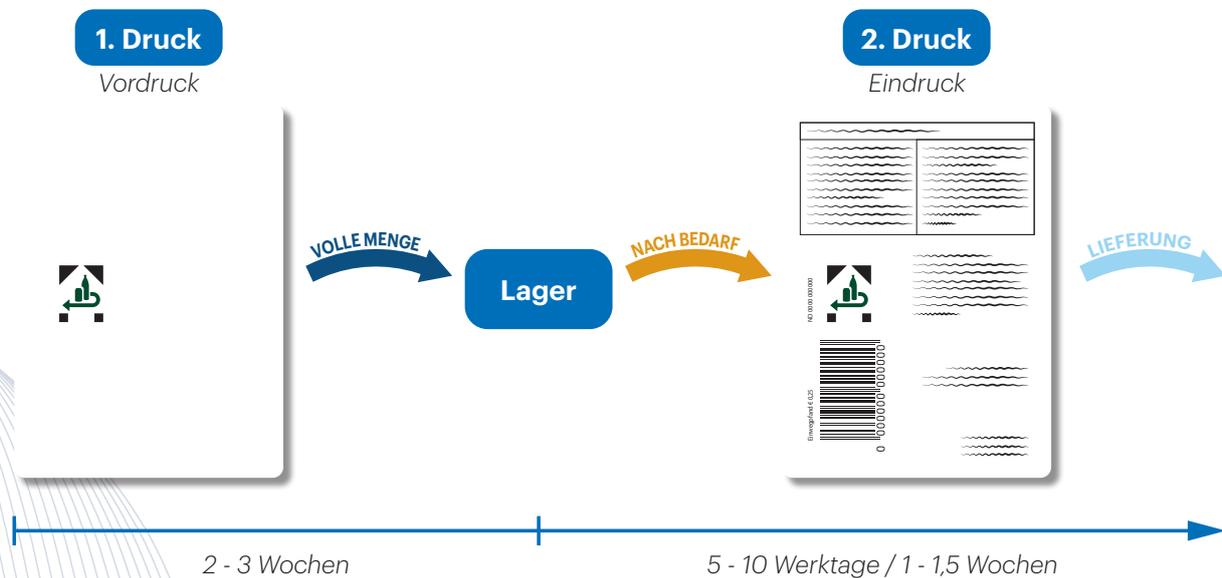
Hierbei werden die Etiketten im ersten Schritt bis auf die variablen Daten vorgefertigt und dann erst im zweiten Schritt nach Bedarf damit versehen. Mit einem Lagerbestand an diesen Vordrucken kann man so den Aufwand in der Fertigstellung reduzieren und muss die variablen Angaben nicht schon bei der Bestellung zur Hand haben.

Vorteile

- Bei kleinen Mengen kostengünstiger als ein Komplettdruck.
- Schnelle Reaktionszeiten und damit Ideal um bei Sortimentsänderungen schnell reagieren zu können oder einfach eine sehr kurze Lieferkette zu betreiben.

Nachteile

- Bei größeren Mengen nicht mehr kosteneffizient.



Für Hersteller

Hinweis vorab: Wir haben uns als Druckerei auf Lösungen für Glasflaschen und Dosen spezialisiert. Wir möchten daher hier gezielt auf diese Spezialgebiete eingehen und die PET-Flasche außen vorlassen.

Dose – Direktdruck

Hierbei handelt es sich um das bekannteste Druckverfahren für Dosen. Der Druck wird direkt auf die Dose aufgebracht und ist damit zum Befüllen bereit. Dieses Verfahren sieht man hauptsächlich bei Massenprodukten wie Coca-Cola oder RedBull.

Denn dieses einfache Prinzip hat die große Einschränkung, dass die Einstiegsmengen sehr hoch sind bevor sich ein Direktdruck finanziell lohnt. Auch sind die Gestaltungsmöglichkeiten auf „Farbe auf Dose“ beschränkt.

Jedoch lässt sich in diesem Verfahren die gesamte Dose, einschließlich Ihres Halses bedrucken.

Vorteile

- Gesamte Dose kann bedruckt werden.

Nachteile

- Erst ab einer Menge von ca. 500.000 Dosen pro Sorte kosteneffizient.
- Gestaltungsmöglichkeiten beschränkt auf „Farbe auf Dose“.

Dose – Selbstklebendes Etikett

Bei dieser Vorgehensweise wird ein selbstklebendes Etikett über eine Blanko-Dose (verfügbar in silber, weiß oder schwarz) etikettiert. Im Vergleich zum Dosen-direktdruck ist diese Technik vor allem bei kleineren Mengen oder höherer Sortenvielfalt kosteneffizienter. Ebenfalls gibt es hier deutlich mehr Möglichkeiten in der Gestaltung und Materialauswahl.

So können zum Beispiel Veredelungen wie Heißfolienprägung und Relieflackierung eingesetzt werden. Beim Material reicht die Auswahl von glänzenden und matten Folien bis hin zu Sand-Haptik oder echtem Papier. Auch Kaschierungen sind möglich. Insgesamt bestehen also viel mehr Möglichkeiten Aufmerksamkeit auf sein Produkt zu lenken und einen Eindruck zu hinterlassen. Das bringt schließlich Umsatz.

Vorteile

- Bei einer Sortengröße < ca. 500.000 Dosen die kostengünstigste Variante.
- Das Maximum an Gestaltungsmöglichkeiten und Materialauswahl ist möglich. Dies liefert die perfekte Basis um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Eindruck zu machen.
- Bei Sortenvielfalt und Reaktionszeit deutlich flexibler als andere Techniken. Sortenwechsel sind somit günstig und die Produktion schnell.

Nachteile

- Der Dosenhals bleibt frei.

Tipp: Man kann die Dose mit einem einheitlichen Muster bedrucken und das sortenbezogene Etikett (das ja dann individuell ist) „on Top“ aufkleben. So gehen Design und Dose weicher ineinander über.

Stone Brewing macht das in unserem Beispielfoto gut vor. Hier hat man ein Hintergrundmuster über die komplette Dose gedruckt und dann ein figürliches Etikett darüber geklebt.



Dose – Sleeve oder Sleeve-Etikett

Ein Sleeve ist ein über die Dose gestülpter Schlauch oder mit einem Überstand geklebtes Etikett, das mithilfe von Heißluft eingeschrumpft wird.

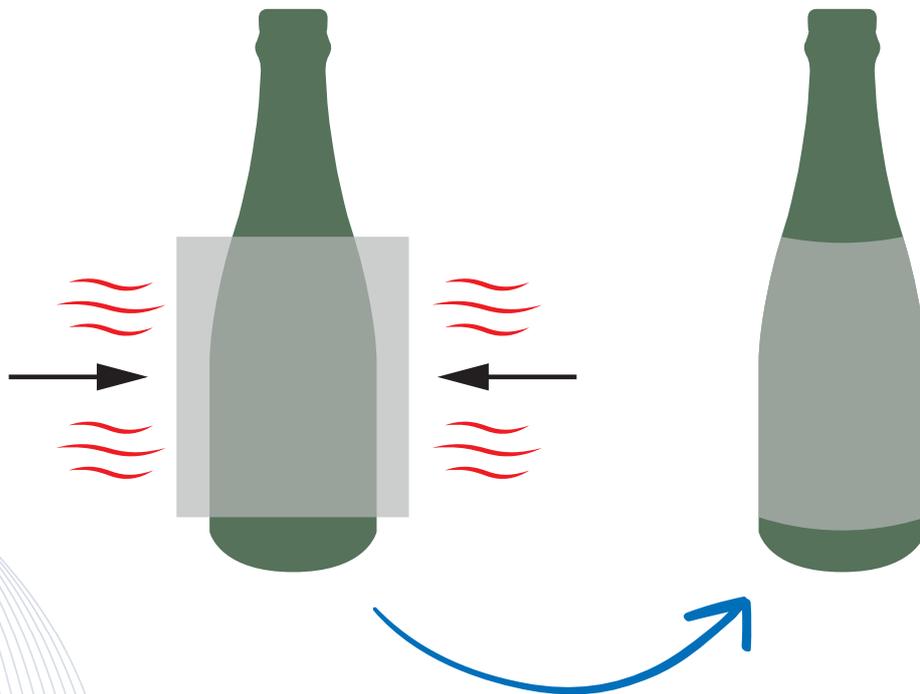
Der große Vorteil dieser Technik ist, dass der Dosenhals mitetikettiert werden kann. Der Kompromiss im Gegenzug ist, dass man zwangsläufig auf einer Folie arbeitet, die dann unter Einwirkung von Hitze schrumpft.

Vorteile

- Bei einer Sortengröße < ca. 300.000 Dosen kostengünstiger als Dosen-Direktdruck.
- Der Hals kann mitetikettiert werden.

Nachteile

- Aufwendigeres Verfahren als das selbstklebende Etikett und damit kostenintensiver.
- Eingeschränkte Material- und Gestaltungsmöglichkeiten.



Glasflasche – Selbstklebendes Etikett

Wie auch bei der Dose, ist bei Flaschen das selbstklebende Etikett der Vorreiter in Sachen Gestaltungsmöglichkeiten und Materialvielfalt. Selbstklebende Etiketten sind also auch hier die perfekte Wahl für diejenigen die Auffallen und Eindruck machen wollen, um den Umsatz zu steigern oder die Marke auszubauen.

Aufgrund dessen, dass das selbstklebende Etikett hier schon weitaus länger im Einsatz ist sind die Möglichkeiten hier sogar noch umfanglicher als bei Dosen.

Bei einem selbstklebenden Etikett ist das komplette Paket an Design und Material möglich!

Von klassischen Heißfolienprägungen über Reliefs bis hin zu Ausstanzungen oder eigens kreierten Papierstrukturen und Mustern, nahezu alles ist machbar!

Beim Material erstreckt sich die Reichweite von Folien über eine breite Auswahl von Papieren bis hin zu solchen, die aus Zuckerrohr oder sogar Marmor hergestellt sind. Hierdurch auch eine Ideale Lösung für alle die, die eine nachhaltige Verpackung nutzen möchten um auf dem Markt positiv zu punkten.



Diese Etikettenart eignet sich daher perfekt für hochwertig vermarktete Produkte, sich gezielt von der Konkurrenz abheben oder eine bestimmte Aussage tätigen sollen.

Vorteile

- Bei einer Sortengröße < ca. 500.000 Dosen die kostengünstigste Variante.
- Das Maximum an Gestaltungsmöglichkeiten und Materialauswahl ist möglich. Dies liefert die perfekte Basis um Aufmerksamkeit zu erzeugen und Eindruck zu machen.
- Bei Sortenvielfalt und Reaktionszeit deutlich flexibler als andere Techniken. Sortenwechsel sind somit günstig und die Produktion schnell.

Nachteile

- –



Dose & Glasflasche Sonderlösung: Eindruck

Beim Eindrucken handelt es sich um einen Zwischenschritt, der zwischen dem Druck der Etiketten und deren Lieferung eingebaut werden kann. Die Idee hierbei ist es, die meiste Vorarbeit (inklusive Materialbeschaffung) schon einmal zu erledigen und das Etikett dann halbfertig an Lager zu legen.

Im zweiten Schritt werden die halbfertigen Etiketten dann gemäß Bedarf vom Lager genommen, mit den fehlenden Angaben eingedruckt und versendet.

Dadurch verkürzt sich die Zeit zwischen den finalen Angaben (oftmals wird ja noch auf Labore etc. gewartet) und der Auslieferung der Etiketten immens.

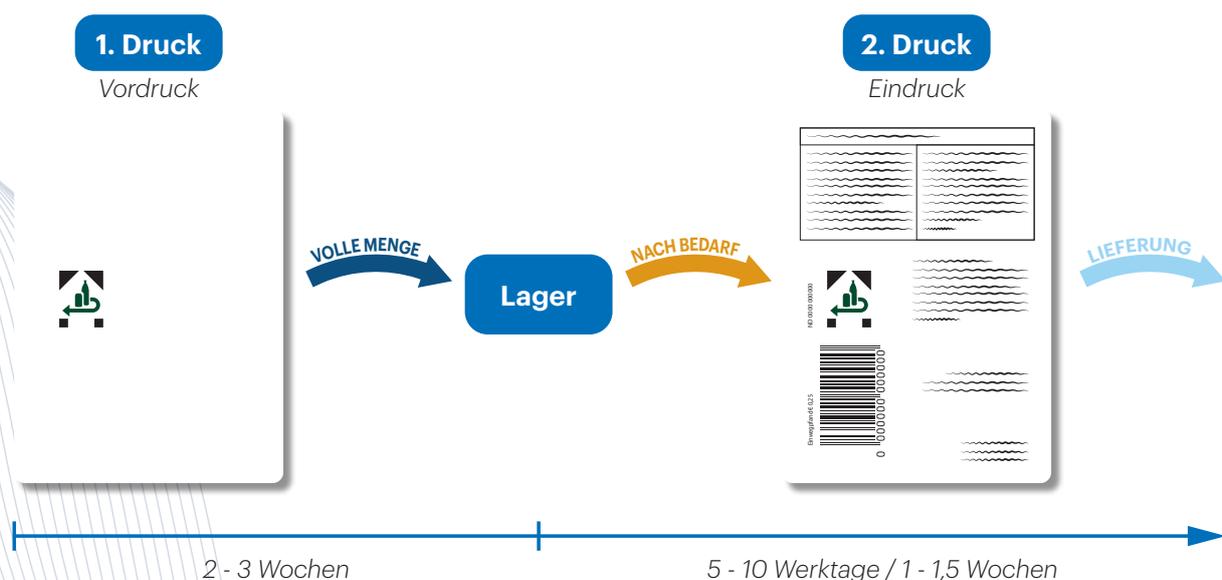
Da der zweite Schritt ein stark vereinfachter Druckprozess ist, reduziert dies ebenfalls den Rüst-Aufwand pro Sorte. Das bedeutet, es handelt sich hierbei auch um ein sehr preiswertes Verfahren für Sorten < 4.000 Stück.

Vorteile

- Bei kleinen Mengen kostengünstiger als ein Komplettdruck.
- Extrem schnelle Reaktionszeiten.

Nachteile

- Bei größeren Mengen nicht mehr kosteneffizient.



Importeur – Priorität auf Schnelligkeit & Flexibilität

Um schnell und flexibel auf Änderungen, neue Produkte oder sich stark verändernde Absatzzahlen zu reagieren lautet die Devise: Bevorratung.

Denn das Unflexibelste und Langwierigste beim Herstellen der Nachlabel ist die Materialbeschaffung zur Produktion der Etiketten. Wenn wir diese also schon einmal vorwegnehmen, beschleunigen wir den Druckvorgang gegen Ende des Prozesses enorm.

Hier gibt es drei verschiedene Vorgehensweisen, die man wie so oft auch kombinieren kann.

1. Bevorratung von Papier/Folie

Indem sich der Etikettendrucker (Wir) immer einen fixen Bestand an Papier/Folie an Lager bereithält, kann er sofort auf eine Bestellung reagieren. Der Prozess der Papierbestellung mit samt des Schneidens und der Lieferung ist damit vorab schon erledigt.

2. Bevorratung von Etiketten mit EAN-Code

Halbfertige Etiketten mit bereits eingedrucktem EAN-Code dürfen bei Ihnen gelagert werden. Mit einem Thermotransferdrucker o.ä. können diese Vordrucke dann schnell und einfach um die fehlenden Angaben (Zutaten, Nährwerte, etc.) ergänzt werden. Ein Bestand oder sogar das komplette Arbeiten mit diesen Vordrucken ermöglicht es Ihnen auf sich ändernde Rezepturen oder Beschaffungswege Ihrer Produkte sofort zu reagieren.

3. Bevorratung von Etiketten ohne EAN-Code

Es gibt eine besondere Regelung, die es uns als Drucker erlaubt, DPG-Logos ohne EAN-Code zu bevorraten und anschließend im zweiten Schritt (Eindruck) erst mit dem jeweiligen EAN-Code zu versehen. So kann man ideal auf neue Produkte (mit neuem EAN-Code) oder auf einzelne, ausgegangene EAN-Codes reagieren. Schnell und einfach!

Tipp: Gerade in Zeiten, in denen der Rohmaterialmarkt „dynamisch“ wird (wie aktuell durch Corona), sind diese drei Punkte ebenfalls sehr gute Lösungen um die Lieferfähigkeit sicherzustellen.

Importeur – Priorität auf Preiseffizienz

Um maximal preiseffizient arbeiten zu können sollte das gesamte Setup so stark vereinfacht werden wie nur möglich. Die wichtigsten vier Punkte dazu sind:

1. Einfaches Portfolio

Ihr gesamtes Portfolio sollte auf so wenige Etiketten-Arten wie nur möglich reduziert werden.

Im Idealfall also auf:

- Kleine DPG-Nachlabel für Produkte, deren Angaben vorhanden sind.
 - Große DPG-Nachlabel für Produkte, die neue Nährwerttabellen, Zutatenlisten und Co. benötigen.
- ... oder im Idealfall sogar nur auf eines der beiden.

2. Minimales Format

Das Format der Etiketten selbst sollte zudem auf das minimal Nötige beschränkt werden – also nur so groß sein, dass alle notwendigen Texte genau reinpassen und nicht mehr.

Hier gilt es bei den Texten natürlich auch die gesetzlich vorgeschriebenen Mindest-Schriftgrößen und Angaben (LMIV) einzuhalten – also sicherzustellen, dass alle Pflichtangaben enthalten sind und auch die entsprechende Mindest-Schriftgröße einhalten.

Tipp: *Unser Team ist in den gesetzlichen Vorgaben bestens geschult. Wir können Ihnen dieses Format bei uns also schnell, einfach und völlig kostenlos bestimmen. Fragen Sie uns einfach danach!*

3. One Step Production

Weiterhin sollten die Etiketten möglichst in einem Schritt fertig produziert werden. Denn jeder Arbeitsschritt – in dem Fall nachträglicher Eindruck (sowohl bei Ihnen als auch bei uns) – erzeugt einen Mehraufwand. Der Idealfall wäre die Etiketten direkt mit sämtlichen Angaben zu drucken, also nur einen Arbeitsgang zu haben. Das sollte gewiss mit einer gesunden Risiko-Kalkulation einher gehen. Denn je nach Beschaffungsweg kann es zu Rezeptänderungen oder anderen Bezugsländern kommen. Ein Etikett mit fix eingedruckten Daten ist dann verständlicherweise unbrauchbar.

4. Hohe Bestellmengen

Die altbekannte Faustformel: Maximal hohe Bestellmengen sorgen für maximal günstige Preise. Wer die Welt der Druckerzeugnisse schon kennt, der weiß auch, dass dieser Effekt hier sehr stark ausgeprägt ist.

Für jede Produktion wird eine Maschine eingerichtet, was Aufwand erzeugt – sprich Fixkosten. Je mehr Etiketten anschließend gedruckt werden, auf umso mehr können sich diese Fixkosten verteilen. Resultat: Jedes einzelne Etikett wird günstiger.

Neben diesen vier wichtigen Punkten gibt es noch eine Hand voll Kleinere mit denen sich der Prozess weiter perfektionieren lässt. Diese sind allerdings sehr individuell bzw. erfordern, dass der Prozess des Nachklebens sich erst einmal eingestellt hat. Daher würden wir diese für später aufheben.

Wenn Sie die vier Punkte optimal einsetzen, haben Sie 95% schon gemeistert!

Importeur – Priorität auf Ästhetik

Wer großen Wert darauf legt die eingekauften Produkte möglichst original aussehen zu lassen, für den sind Nachlabel im angepassten Design offensichtlich die beste Wahl.

Mit ihnen kann ein Produkt möglichst unscheinbar für den deutschen Markt aufbereitet werden. Es behält also in der Summe sein Erscheinungsbild bei und sieht aus wie das Original.

Die gängige Vorgehensweise ist, dass der Etikettenhersteller die Farben anhand der von Ihnen gestellten Muster anmischt und einstellt, damit diese am Ende 1:1 Ihrem Muster entsprechen.

Wichtig bei diesem Weg ist mit Spezifikationen für Ihre einzelnen Produkte zu arbeiten. Damit sind Datenblätter gemeint, welche die Druckerei (Wir) sich erstellt, um Ihre Nachlabel langfristig immer in optisch identischer Form zu drucken. Eine entsprechende Qualitätskontrolle sollte natürlicherweise auch stattfinden (bei uns erfolgt das ausführlich an einer Teststation sowie während des Drucks durch Kameras).

Tip: *Da hier die gesamte Welt der Druckmöglichkeiten auf Sie zukommt: Wir helfen gerne herauszufinden mit welchen Materialien, Farben und Veredelungen wir Ihr eingekauftes Produkt optimal imitieren können.*

Hersteller – Dose & Glasflasche – Priorität auf Schnelligkeit & Flexibilität

Um schnell und flexibel arbeiten zu können empfiehlt sich: Vorbereitung!

Die beste Methode dazu, ist das Arbeiten mit Vordrucken und Eindringen – das auf Seite X erwähnte Verfahren, bei welchem der Großteil der Produktion bereits vorgefertigt und an Lager gelegt wird, sodass nur noch die variablen Daten eingedruckt werden.

Diese Vorgehensweise verkürzt den Produktionsvorgang deutlich.

Diese Technik kann auch einfach ergänzend oder als Backup zu Ihren regulären Bestellungen eingesetzt werden. Um im Fall der Fälle schnell und individuell reagieren zu können.

Hersteller – Dose & Glasflasche – Priorität auf Preiseffizienz

Wer Preiseffizient sein möchte, der sollte auf Einfachheit und gute Planung setzen. Und das in möglichst vielen Punkten. Folgende Stellschrauben bieten sehr effiziente Möglichkeiten zur Erreichung genau dieses Ziels:

1. *Passende Materialien*

Von den günstigsten, bis hin zu den hochwertigsten Materialien liegt eine Reichweite von 725%. Das bedeutet, der hochwertigste Kandidat dieser Rechnung ist über 7x so „teuer“ wie der günstigste (Und hier haben wir die richtigen Exoten noch außenvorgelassen.).

Hinzu kommt, dass Materialien einen Großteil (im Schnitt 50%) der Produktionskalkulation ausmachen – also damit den stärksten Einfluss auf den Preis haben.

Nun ist günstig nicht gleich besser. Es geht eher darum ein Material auszuwählen, von dem Ihr Produkt auch entsprechend profitiert. Das Material soll das Design richtig unterstützen und auch technisch nur die notwendigen Kriterien erfüllen. So wird sich zum Beispiel kein Pasteur-beständiger Klebstoff lohnen, wenn man ihn nicht benötigt.

Tipp: *Um Ihre Ziele in dieser Angelegenheit also optimal zu erreichen, sollten Sie einen engen Austausch mit einem/Ihrem Designer und einem Label-Techniker (gerne wir) anstreben.*

2. *Richtiges Drucksetup*

Es gibt viele verschiedene Drucktechniken. Die bekanntesten in der Etikettenindustrie sind Digitaldruck, Offsetdruck, Flexodruck, Siebdruck und Tiefdruck.

Jedes dieser Verfahren hat einen ganz bestimmten Bereich, in dem es am effektivsten arbeitet, sprich am günstigsten von allen ist.

Dieser Bereich orientiert sich am Aufbau der Etiketten selbst, als auch an der zu druckenden Menge.

Der Trick besteht darin, anhand Ihres Portfolios zu bestimmen, welche Technik am besten zu Ihnen passt und sich dann möglichst immer dort aufzuhalten. Das heißt den Aufbau all Ihrer Etiketten, als auch die bestellte Menge möglichst gleich zu halten.

Tipp: *Bei diesem Punkt ziehen Sie also am besten einen Druckexperten (gerne uns) zur Seite und gehen gemeinsam Ihre Pläne durch.*

3. *Wenige Sorten*

Jede Sorte, die gedruckt werden soll wird vorher in der Druckmaschine eingerichtet und abgestimmt. Somit erzeugt jede Sorte einen gewissen Aufwand. Dieser ist stark abhängig von dem gewählten Druckverfahren (Hier ist die richtige Auswahl unter Punkt 2 wichtig!).

Dennoch gilt die Faustformel: Je weniger Sorten, umso weniger Aufwand!

4. *Maximale Bestellmenge*

Das ist eine alte Faustformel, dennoch gilt Sie vor allem in der Druckindustrie. Denn jeder Produktion geht das entsprechende Einrichten der Druckmaschine voraus, was Fixkosten verursacht. Je mehr Etiketten nun im Anschluss gedruckt werden, auf umso mehr Etiketten kann sich dieser Betrag verteilen. Das bedeutet: Jedes einzelne Etikett wird günstiger.

Hohe Bestellmengen sorgen also für maximal günstige Preise.

Hersteller – Dose & Glasflasche – Priorität auf Ästhetik

Die Grundsteine für ein ästhetisches Produkt werden schon weit vor der Produktion gelegt, hauptsächlich im Design der Verpackung. Dennoch gibt es von produktionstechnischer Seite drei wichtige Punkte, auf die man achten sollte, um ein maximal ansprechendes Produkt zu erhalten.

1. *Unterstützendes Material*

Papiere und Folien gibt es in unzähligen Ausführungen mit unzähligen Eigenschaften, vor allem aber auch mit unterschiedlichstem Aussehen. Es ist wichtig in diesem Meer an Möglichkeiten das Material auszuwählen, das Ihr Design optimal unterstützt. So gibt es zum Beispiel Papierstrukturen, die ein Bild wie fehlerhaft oder verschwommen aussehen lassen, eine Strichzeichnung hingegen aber sehr gut untermalen.

2. *Richtige Veredelungen*

Wer seine Etiketten mit Prägungen, Strukturen, Lacken etc. veredeln und somit aufwerten möchte, der sollte auch hier auf eine Technik achten, die das Design unterstützt. Denn auch Veredelungen haben eine eigene Sprache, die für oder gegen ein Design sprechen kann.

Veredelungen stehen zudem in einer sehr engen Beziehung mit den eingesetzten Materialien. So lassen sich zum Beispiel Papiere sehr unterschiedlich gut durch Blindprägung verformen, um etwa eine Struktur oder ein Relief zu erzeugen. Es empfiehlt sich daher das Gesamtkonzept Ihrer Etiketten sowie Ihre Werte als Unternehmen immer im Hinterkopf zu halten und regelmäßig zu hinterfragen.

3. *Richtiges Druckverhalten*

Unter der Priorität *Preiseffizienz* sind wir schon kurz darauf eingegangen: In der Etikettenindustrie sind mehrere Druckverfahren im Einsatz. Die bekanntesten sind Digitaldruck, Offsetdruck, Flexodruck, Siebdruck und Tiefdruck. Wie auch beim Preisgefüge kommt jede dieser Techniken mit unterschiedlichen Stärken und Schwächen, wenn es um die Umsetzung bestimmter Farben oder Bilder geht.

So ist zum Beispiel der Digitaldruck durch seine hohe Auflösung eine ideale Wahl für detaillierte Bilder, schwächelt aber wenn es um die Umsetzung besonders reiner oder leuchtender Farben geht.

Achten Sie also darauf, dass das richtige Druckverfahren für Ihre Farben eingesetzt wird. Bei komplexeren Designs kann es auch Sinn machen mehrere Drucktechniken zu kombinieren und so die jeweils beste Technik für die einzelnen Komponenten einzusetzen.

***Tipp:** Auch bei diesen Punkten empfiehlt es sich einen engen Austausch zwischen einem/Ihrem Designer und einem Label-Techniker (gerne wir) anzustoßen, da diese die Zusammenhänge und Einflüsse der Technik sehr gut kennen. Gemeinsam können sie dann sicherstellen, dass Ihr Ziel/Wunsch hier bestmöglich umgesetzt wird.*

Weiterhin gibt es verschiedenste Möglichkeiten, um ein Design im Zusammenspiel mit verschiedenen Materialien anzudrucken, also zu testen – darunter auch teilweise sehr günstige.

So ein Andruck kann einen sehr guten Einblick in die spätere Optik und Haptik Ihres Produktes liefern. Und findet man dort nur eine Verbesserungsmöglichkeit, hat es sich schon gelohnt.

Ausdrucke sind auch ideal um mehrere Optionen zu vergleichen, um so eine bessere Auswahl treffen zu können.

Die Inhalte dieses Leitfadens wurden mit größter Sorgfalt erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte können wir jedoch keine Gewähr übernehmen

Quelle: <https://dpg-pfansystem.de/index.php/de/> [abgerufen am 15.03.2022]

Die perfekte Lösung

Wie Sie im Verlauf dieses Leitfadens vielleicht gemerkt haben ist die Welt des Pfands, vor allem in Verbindung mit den Möglichkeiten der Drucktechnik, eine sehr große Welt.

Außerdem kann Ihre Lage durchaus individuell sein. Und letzten Endes ist doch jedes Unternehmen allein mit seinen Werten, seinem Produkt und auch den Mitarbeitern schon ein Unikat.

Die perfekte Lösung ist daher meist ein Mix aus den hier gezeigten Lösungen und Vorgehensweisen. Ein individuelles Konzept.

Daher mein Angebot an alle diejenigen, die die perfekte Lösung suchen oder auch Fragen aus diesem Leitfaden mitgenommen haben:

Eine kostenlose, umfangreiche und unverbindliche Beratung mit mir, telefonisch oder per E-Mail und mit dem Ziel die für Sie perfekten Lösungen und Vorgehensweisen zu ermitteln und sämtliche Fragen zu klären, sodass Sie gut vorbereitet und mit viel Zuversicht in diese neue Welt eintauchen können.

Und wenn Sie sich danach gut fühlen setzen wir das erarbeitete Konzept auch liebend gerne für Sie um.

Schreiben Sie mir oder rufen Sie mich an!

Ich freue mich schon riesig von Ihnen zu hören und Sie zu unterstützen!

Mit besten Grüßen
Alexander Gasper

Moselweinstraße 32-34
D-54349 Trittenheim

 +49 171 6255 346 / +49 6507 9259-48

 agasper@cclind.com

 www.ccl.de

