

„Das StretchBoard ist der Fischer-Dübel der Außenwerbung“

Stefanie Probstfeld (awk AUSSENWERBUNG GmbH)



punkte

Next Generation MLM 2600 Print on Demand	02	Interview mit Stefanie Probstfeld StretchBoards bei der awk im Einsatz	08	Mein liebes Früchtchen Zentis-Etiketten voll veredelt	12
Eine gute Wahl Haftetiketten auf dem Vormarsch	04	Volltreffer Spielplatz am Point of Sale	10	Old Sandhill Haftetiketten und Verpackung	13
Applaus, Applaus Vier Preise beim Golden Label Award	06	Die Wahl ist eröffnet Zwei Plakate in einem Druckdurchgang	11	PlakaDiva 2016 Beste Out-of-Home Kampagnen gekürt	14



Liebe Kunden, liebe Freunde des Hauses,

wie die Jahre verinnen. Schon ist wieder eines wie im Fluge vergangen, seit der letzten Ausgabe unseres Kundenmagazins. Seitdem ist auch wieder viel passiert bei uns. Darüber berichtet das Heft.

Bei mir steht alles im Zeichen des bevorstehenden Generationenwechsels. Stephan und Maximilian arbeiten sich zielbewußt in die neuen Aufgabengebiete ein. Ich bereite mich auf die Rente vor und halte mich zurück beim Start neuer Projekte. Offengestanden, fällt mir das etwas schwer, muss aber sein.

Im Juni fanden gleichzeitig der FEPE Congress in Barcelona und die DRUPA in Düsseldorf statt.

Der Kongress der Außenwerber in Spanien stand ganz im Zeichen der Digitalisierung der Werbeträger. Die gehaltenen Vorträge berichteten über SmartCities, die zukünftig mehr Online-Informationen der mobilen Zielgruppe vermitteln sollen. Alles via Bildschirm, drinnen wie draußen. Das sei der Wunsch der Verantwortlichen der Städte, die über die Vergabe der wichtigen Stadtverträge entscheiden. Die Zeit der papierlosen Außenwerbung rückt näher. Wir begegnen dieser, für uns nachteiligen, Entwicklung mit beschleunigter Installation von weiteren Digitaldruckmaschinen, die die Vorteile von - print on demand - den Kunden näherbringen sollen. Dies macht nur Sinn mit Digitaldrucksystemen, wo in der Regel die Anlaufmakulatur, die Formherstellung und die damit verbundenen Kosten sowie die Rüstzeiten allgemein entfallen. Dadurch muss man nicht mehr große Auflagen produzieren, sondern nur das, was in Kürze gebraucht wird. Wir produzieren heute schon 45 % von unseren ca. 31.500 Jobs aus 2015 im Digitaldruck. Es waren 17.334 Offsetjobs und 14.166 Digitaldruckjobs. Die Gesamtfläche im Offsetdruck betrug 129,8 Mio. qm, im Digitaldruck nur 3,9 Mio. qm. Dies sind Gesamtzahlen aus allen Sparten, die wir unterscheiden in Plakatdruck, Etikettendruck und Faltschachtel- bzw. Kartondruck.

Der Vergleich im Bereich Plakatdruck sieht deutlich anders aus: 12.703 Digitaldruckjobs zu 9.069 Offsetdruckjobs, also mehr Jobs im Digitaldruck. 3,65 Mio. qm im Digitaldruck bei 9,5 Mio. Erlös und dagegen im Offsetdruck 29,5 Mio. qm bei einem Erlös von 21,4 Mio. Ein Quadratmeter Information im Digitaldruck kostete bei uns 2,60 EUR und im Offsetdruck produziert nur 0,73 EUR. Die Situation wird sich weiter zugunsten des Digitaldrucks verbessern, wir arbeiten daran in unserer Maschinenfabrik. Wir geben nicht kampflos auf, wir stellen uns der Herausforderung, die uns durch LED-Bildschirme zukünftig erwachsen. Es geht nur mit - print on demand -, denn dadurch entfallen auch Transport- und Lagerkosten, bei uns jedenfalls.

Das 2. Event, die Drupa in Düsseldorf, stand auch ganz im Zeichen der Digitalisierung der Branche. Die führenden Offsetdruckmaschinenhersteller Heidelberg, KBA und Komori zeigten Inkjet- bzw. Nanografische Systeme (Landa). Ich finde dies toll, denn das Drucken wird ressourcenschonend und damit umweltverträglicher.

Ich verabschiede mich in die Rente mit dem Dank an die Kunden für das große Vertrauen, dass Sie uns stets entgegenbrachten. Ich danke meinen Mitarbeitern für die Einsatzfreude bei der Arbeit. Ich wünsche meinen Söhnen „ein jutes Händchen“, wie mein Ziehvater Rudolf-August Kürten gesagt hätte.

Ihr

Frank Ellerhold

Next Generation MLM 2600

Print on Demand

In Radebeul kommt unser dritter MegaLightMaker 2600 zum Einsatz. Seit 2012 ist unsere weltweit einzigartige Digitaldruckmaschine in Aktion und hat seitdem die Herstellung der MegaLights extrem verändert. Drucken, Kaschieren, Konfektionieren, alles in einem Maschinendurchgang integriert. Vorteil des jetzigen Nachfolgemodells ist die Erhöhung der Produktionsgeschwindigkeit. In knapp zwei Minuten entsteht ein aushangfertiges MegaLight.

Effizient und nachhaltig

Die vorherrschende Meinung – dass die Herstellung gedruckter Plakate sei langwierig und teuer – haben wir eindrucksvoll widerlegt. Und mehr als das. Unser einteiliges Herstellungsverfahren verbessert nicht nur die Aushangqualität der MegaLights, sondern steigert auch die Nachhaltigkeit. Es werden exakt die Mengen produziert, die gebraucht werden.

Weitere Maschinen werden gebaut

Die dritte Maschine stammt diesmal komplett aus der Feder unserer Ellerhold Maschinenfabrik GmbH. Sie wurde zu 100 Prozent von unseren Kollegen in Radebeul entwickelt, konzipiert und realisiert – ohne fremde Partner.

Ziel ist es, bis 2017, all unsere Plakatstandorte mit diesem Maschinentyp auszustatten. So verkürzen wir die Lieferwege und die Plakate werden in den Regionen gefertigt, in denen sie zum Aushang kommen. Nah am Kunden und genau dem Zeitgeist von heute entsprechend.

Vorteile im Überblick:

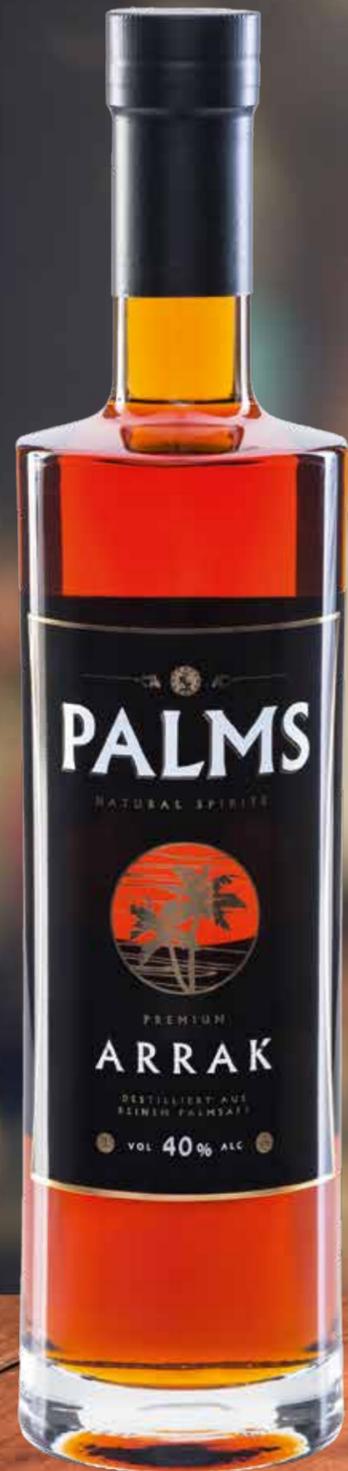
- Kürzere Produktionszeiten
- Kostengünstigere Herstellung
- 4/4-farbig – perfektes Erscheinungsbild
- Weniger Stromverbrauch als LED
- Geringere Bewirtschaftungskosten der Anlagen



Haftetikett im No-Label-Look
mit Heißfolienprägung
ARRAK
Haftfolie PP Light Top Clear
90 x 130 mm

Haftetikett mit
Heißfolienprägung
Himbeergeist 0,1 l
Haftpapier Centaure Blanc
140 x 60 mm

Haftetikett mit partieller
UV-Lackierung und
Blindprägung
Wismarian Dry Gin
Haftpapier Centaure Blanc
70 x 130 mm



Eine gute Wahl

Haftetiketten auf dem Vormarsch

Wir bauen unsere Sparte Haftetiketten auch in diesem Jahr weiter aus. Nachdem in Zirndorf ein komplett neues Produktions- und Verwaltungsgebäude steht, laufen nun die Vorbereitungen für die Investitionen in neue Maschinen und die Weiterverarbeitung der Haftetikettensparte. Ende des Jahres wird in Zirndorf der Maschinenpark aufgerüstet.

Haftetiketten im Digitaldruck

Gut gerüstet sind unsere Zirndorfer Kollegen schon bei kleinen und sehr hochwertigen Auflagen mit der digitalen Produktionslinie für Haftetiketten. Mit der dazugehörigen Weiterverarbeitung, z. B. Heißfolienprägungen, partiellen UV-Lackierungen, Laminierungen und Blindprägungen, geben sie den unterschiedlichen Spirituosen einen prägnanten Markenauftritt.

Haftetiketten haben sich dank ihrer Vielfalt längst in allen Bereichen etabliert. Und ihre Anzahl am Markt hat in den vergangenen Jahren deutlich zugelegt. Ein großes Plus liegt in ihrer Beständigkeit gegenüber Feuchtigkeit und Abrieb. Gerade bei Spirituosen ist im Barbetrieb diese Stärke sehr willkommen.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Faszinierende Farbwiedergabe
- Veredelungen mit Heißfolienprägung und haptischen Reliefflacken
- Hochglanzveredelungen im Siebdruck
- Transparente Etiketten mit No-Label-Look
- Personalisierungen, Codierungen und Nummerierungen

Applaus, Applaus

Gleich vier Preise beim Golden Label Award

Beim internationalen Golden Label Award bewiesen unsere Kollegen von Goetz+Müller aus Berlin erneut, dass sie mit Nassleimetiketten den Charakter von Produkten optimal in Szene setzen. Gleich vier Preise gingen nach Berlin.

In der Kategorie „Bier und Biermischgetränke“ gewann „BRLO Craft Beer“ Silber und „Baltic Stout“ Bronze. In der Rubrik „Mineralwasser und Softdrinks“ holten die Etiketten von „Cucumis“ die Silbermedaille und „St. Leonhards Jod Natur“ eine Bronzene.

Warum die Berliner so oft gewinnen? Weil „originelle und coole Ideen“ überzeugten

Die Expertenjury des Awards vom Etikettenpapierhersteller Brigl & Bergmeister GmbH begründete ihre Entscheidung so: „Die Etikettengestaltung und -herstellung sind eine Herausforderung an Kreativität kombiniert mit technischem know-how. Bei den prämierten Etiketten wurde genau dieses Zusammenspiel klug geführt.“ Beeindruckt waren die Experten auch von der Bandbreite des Etikettendrucks bei Ellerhold. Beispielsweise lobten sie das „coole Design und gewagte, skurrile Auftreten“ des ganzflächigen Wickelkettens von „Baltic Stout“. Beim Craft-Bier „BRLO“ überzeugten die Jury das „einfach schlüssige Design“ und das umweltfreundliche Naturpapier, das laut Daniel Kinast, Vertriebsleiter bei Goetz+Müller, „als eines der ersten am Markt mehrwegfähig ist“. Zusätzlich ausgestattet mit einer Schneide-Reliefprägung, das Logo mit einer schwarzen Heißeisigelfolie aufgebracht und hoch geprägt – noch ein Plus. Mit dem Mix aus klassisch-zeitgenössischem Design punktete auch das Label „Cucumis“. Es regte den Appetit der Jury mächtig an, weil es „Gesundheit und natürlichen Geschmack verspricht“. Das matte und leicht geprägte Papier unterstreicht das Understatement der Hamburger Limonade. Eine echte Herausforderung war für die Drucker das Mineralwasser „Jod Natur“, weil in dem Markt viele Labels um Aufmerksamkeit kämpfen. Die Aufgabe meisterten die Experten in Berlin mit einem matt-strukturierten, mehrwegfähigen Etikettenpapier sowie der Heißeisigelfprägung des Schriftzuges „Jod“ gekonnt. Die Jury dazu: „Originelle Applikationen und ein super umgesetzter Minimalismus.“



BRONZE

SILBER

SILBER

BRONZE



Maximilian Ellerhold Ellerhold AG
Joachim Stoffel awk AUSSENWERBUNG GmbH
Frank Ellerhold Ellerhold AG
Stefanie Probstfeld awk AUSSENWERBUNG GmbH
(v.l.n.r.)

„Das StretchBoard ist der Fischer-Dübel der Außenwerbung“

Unsere StretchBoards bei der awk im Einsatz

Unsere StretchBoards haben seit vergangenem Jahr einen ganz speziellen Job bei der awk AUSSENWERBUNG GmbH übernommen. Als Dauerwerbeflächen stehen sie für permanente Werbepräsenz parat. Wie es dazu kam und was in Zukunft noch geplant ist, haben wir mit Stefanie Probstfeld (Leitung Marketing, awk Koblenz) besprochen.

i:mail: Wie kam es dazu, dass die awk die StretchBoards an ausgewählten Stellen als Dauerwerbeflächen einsetzt?

Stefanie Probstfeld: Als einer der größten deutschen Anbieter für Großflächenwerbung sind wir immer auf der Suche nach neuen Highlights, die unser Produkt verbessern. StretchBoards zeichnen sich durch extreme Flexibilität und Robustheit aus. Wir setzen sie vorwiegend bei Kunden ein, die unsere Standorte ab einer Laufzeit von einem Jahr buchen.

i:mail: Der Spannmechanismus der StretchBoards wird ja hinter die bestehenden Rahmen der awk montiert, sodass die StretchBoards optimal in das awk-Design integriert sind. Wie viele Dauerwerbbestellen planen Sie künftig mit dem Spannmechanismus auszurüsten?

Stefanie Probstfeld: Wir haben das Produkt bereits fest in unser Angebotsportfolio integriert und planen außerdem einen speziellen Online-Shop, der das Thema „Dauerhafte Außenwerbung“ fokussiert aufgreift. Dort werden die StretchBoards fester Bestandteil sein. Im lokalen Markt haben wir unsere Testphase sehr erfolgreich abgeschlossen und sind daher guter Dinge, weitere Standorte umzurüsten.

i:mail: Worin sehen Sie die Vorteile der StretchBoards?

Stefanie Probstfeld: In erster Linie punktet das StretchBoard mit dem wirklich hervorragenden Erscheinungsbild der Werbebotschaft auf neun Quadratmetern Fläche. Das Plakat wird in einem Teil produziert, es gibt keine unsauberen Kanten und die Farben sind auch nach mehreren Monaten lichtecht und strahlend. Die Technik ist optimal in unsere Rahmen verbaut: Sie ist für den Kunden nicht sichtbar und ermöglicht den Monteuren gleichzeitig eine schnelle und leimfreie Bewirtschaftung.

i:mail: Hat sich durch die StretchBoards die Bewirtschaftung verändert?

Stefanie Probstfeld: Kunden, die auf einen dauerhaften Werbeeinsatz Wert legen, haben erstmals die Möglichkeit, unterjährig flexibel Motive zu wechseln. Durch den Spannmechanismus kann ein neues Motiv innerhalb weniger Minuten angebracht werden. Einziger Wermutstropfen: Die Initial-Umrüstung ist zum einen kostspielig und: Ist die Fläche einmal umgerüstet, ist eine dekadische Bewirtschaftung nicht mehr möglich. Hier würden wir uns Lösungen wünschen, die diese beiden Hürden nehmen.

i:mail: Wie lange dauert es, die bestehenden Dauerwerbeflächen umzubauen?

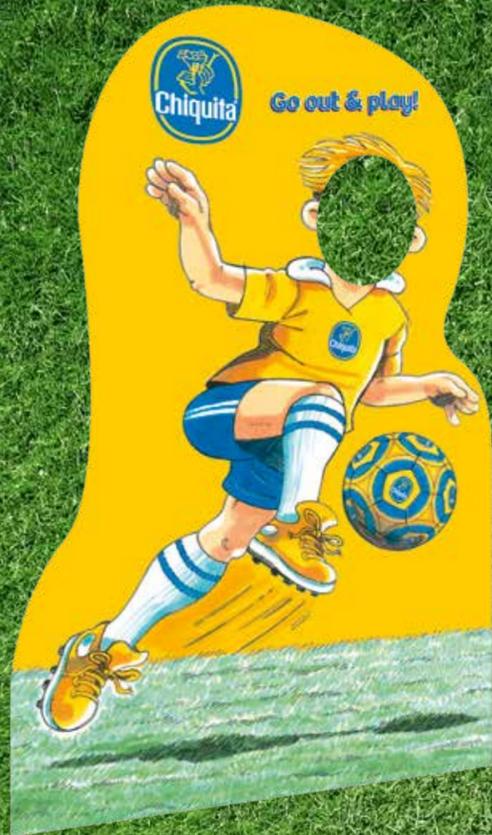
Stefanie Probstfeld: Die einmalige Umrüstung der Werbeträger vor Ort dauert ca. 1 bis 1,5 Stunden.

i:mail: Wie hat sich die Bewirtschaftung gegenüber dem Kleben verändert?

Stefanie Probstfeld: Da wir das Produkt nur für den dauerhaften Einsatz ab einem Jahr einsetzen, sollte man eher zwischen der Montage einer Alu-Dibond-Platte und einem StretchBoard unterscheiden. Hier liegt der Vorteil klar in einem vereinfachten Motivmanagement. Ist der Standort einmal umgerüstet, können kostengünstig neue Motive eingesetzt werden. Das kommt bei den Kunden sehr gut an.

i:mail: Bekommen Sie Resonanz von Ihren Kunden?

Stefanie Probstfeld: Die Resonanz ist durchweg positiv. Nicht zuletzt deshalb werden wir das Produkt fest in unser Angebotsportfolio integrieren. Produkt und Preis passen einfach sehr gut zusammen, vor allem für den langfristigen Einsatz von Außenwerbung. Die StretchBoards lassen die Werbebotschaft bei jeder Wetterlage gut aussehen und geben den Kunden die Möglichkeit, zu deutlich reduzierten Preisen Motivwechsel während der Gesamtlaufzeit vorzunehmen.



Chiquita - Standee Fußball
 Stanzfigur 830 x 1535 mm
 B-Welle / GD300 / TL140 / GD300

Volltreffer

Spielplatz am Point of Sale

Nicht nur auf dem grünen Rasen wurden Höchstleistungen vollbracht. Auch unsere Kollegen und Maschinen legten so manche Zusatzrunde ein, um für das publicityträchtige Event jede Menge Druckbögen mit Fußballsymbolen zu versehen. Displays und Verpackungen – alle sind in Marketing- und Verkaufsförderungsaktionen eingebunden, um sich in die Herzen der Verbraucher zu spielen. Viele unserer Kunden nutzen das positive Image des Fußballspektakels als idealen Motor, um aus Käufers Fans zu machen. Besonders der Point of Sale bietet da riesige Chancen und Spielräume.

Groß rauskommen

Chiquita und Yokohama setzten beim Fußball-Thema ganz auf unsere Erfahrungen im Großformat. Auf der Fotowand von Yokohama konnte, wer wollte, mit seinem Konterfei ein ganz spezielles Erinnerungsfoto schießen. Die über zwei Meter hohen und zwei Meter breiten Aufsteller entstanden im Digitaldruck auf unserer Rho 1030 in Wismar. Für die gelb-blauen Chiquita-Aufsteller kamen die Vorteile unseres auflagenstarken Offsetdrucks in Radebeul zum Tragen. Ob Klein- oder Großauflage oder bereits ab 1 Stück setzen wir Verpackungswünsche um.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- Einteilige XXL-Aufsteller
- Hochwertiges Druckbild
- Offset- und Digitaldruck
- Klein- und Großauflagen, ab 1 Stück



Yokohama Standee
 Stanzfigur 2185 x 2140 mm
 EE-Welle + 2 x Kraftliner



Die Wahl ist eröffnet

Zwei Plakate in einem Druckdurchgang

Das Ellerhold Hohlkammer-Klapp-Plakat ist der neueste Spross bei unseren Wahlplakaten. Wie bei einem Doppelplakat kommen gleich zwei Plakatmotive auf eine DIN-A0-Hohlkammer-Platte – wahlweise auch zwei unterschiedliche Motive. In einem Druckvorgang entstehen zwei DIN-A1-Plakate, die sich gekonnt an jeden Lichtmast schmiegen.

Perfekt durch den Wahlkampf

Die Vorteile der Hohlkammerplakate gegenüber Papier- und Kartonplakaten sind eindeutig. Der verwendete Grundstoff Polypropylen (PP) ist unempfindlich gegenüber Feuchtigkeit. Bei den Wahlplakaten bilden sich keine Wasserränder an den Seiten oder im Motiv. Mühelos trotzen sie jedem Wetter – Regengüssen, Windböen oder Dauersonne. Somit hat Ihr Wahlkandidat den perfekten Auftritt während der gesamten Wahlkampf-Kampagne: Unsere Plakate halten Ihre Wahlversprechen auch bis zu einem zweiten Wahlgang und darüber hinaus.

Einfache und stabile Anbringung

Die Vorbereitungen und die Anbringung vor Ort gehen wesentlich einfacher und schneller von der Hand. Da die Plakate an der langen Seite bereits miteinander verbunden sind, werden an dieser Stelle keine Kabelbinder zum Fixieren benötigt. Zudem gibt die geschlossene Seite dem Hohlkammerplakat mehr Halt und Stabilität. Die Plakate knicken nicht bei unsachgemäßer Anbringung und beim Verschieben zusammen.

Umweltfreundlich und recycelbar

Hohlkammerplakate machen aber nicht nur während der Wahlen eine super Figur, sondern sind komplett recycelbar und gewinnen daher auch viele „grüne“ Herzen. Sie treten nach ihrem Wahlkampf-Einsatz wieder in den Recyclingkreislauf ein und verwandeln sich umweltfreundlich in Autoverkleidungen, Getränkekästen oder Rohre. Es können also fossile Rohstoffe eingespart werden.

Ihre Vorteile auf einen Blick

- 1 Druckvorgang = 2 Plakate
- Stabile Anbringung vor Ort
- Weniger Kabelbinder
- Wetterfest und recycelbar
- Hergestellt in Deutschland
- Zertifiziert nach ISO 9001 und PSO
- Hohe Lichtechtheit der Druckfarben
- Farben halten auch bei einem 2. Wahlgang



Mein liebes Früchtchen

Zentis-Etiketten voll veredelt

Schon von Weitem schimmert das Gold, und die Erdbeeren, Pflaumen oder Heidelbeeren glänzen um die Wette. Dass die neuen Marmeladen und Konfitüren von Zentis im Einkaufsregal mehr als ein Hingucker sind, dafür sorgen die neu designten Etiketten. Auffallend üppig, auffallend elegant laden sie zum Kaufen ein. Acht mal sieben Zentimeter feinst veredeltes Papier macht Frühstücksfans jetzt noch mehr Appetit.

Um das anspruchsvolle Konzept der hochwertigen Nassleimetiketten umzusetzen, wurden wieder einmal unsere Etikettenspezialisten der Ellerhold Glücksburg GmbH beauftragt. Dafür boten die erfahrenen Drucker die gesamte Palette der Druck- und Veredelungskunst: Sonderfarben, Prägungen und Lacke wurden präzise und klug eingesetzt. Um das Maximum aller Druckmöglichkeiten ausschöpfen zu können, waren die Erfahrungen und Beratungskompetenz der Glücksburger sehr gefragt. Mehrere Veredelungstechniken wurden außerdem integriert: Folien- und Reliefprägungen sowie partiellen Matt- und UV-Glanzlack. Eine Strukturprägung wertet das Leuchtturmprodukt von Zentis – die „Sonnen Früchte“ – zusätzlich auf. Zentis unterstreicht damit die Originalität und Produktsicherheit.

Heißfolienprägung für brillante Effekte

Stapelweise FSC-Bögen „Chromolux 80 g“ und „Supercote 80 g“ ratterten durch die Druckmaschine, die es ermöglicht, alle zwölf benötigten Farben in einem Arbeitsgang zu drucken. Anschließend veredelte die Gietz FSA 870 bis zu 6.000 Bögen pro Stunde. Alles inhouse, versteht sich.



Old Sandhill

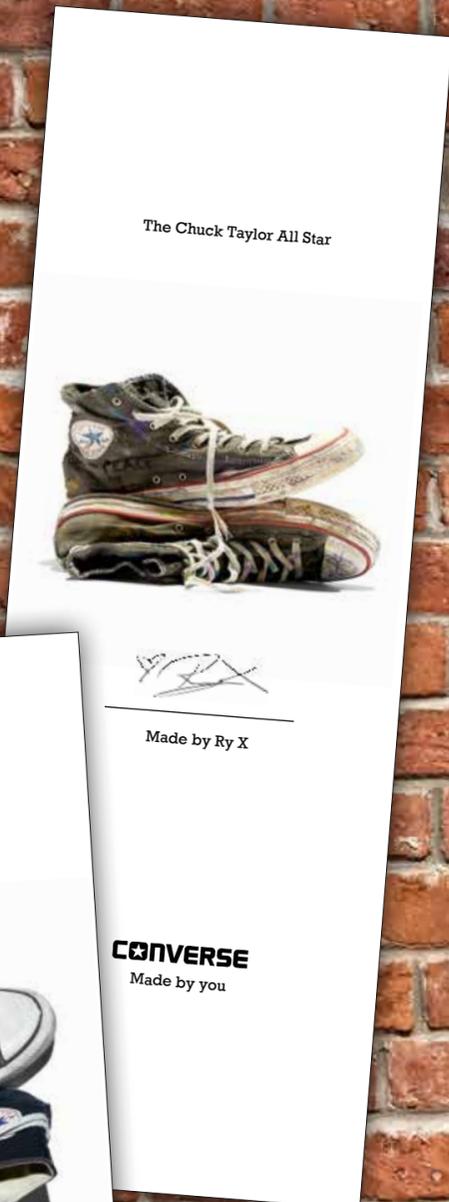
Haftetiketten und Verpackung für Old Sandhill

Herzblut, Ehre, Leidenschaft und Liebe stecken in dem Single Malt Whisky „Old Sandhill“. Dies spiegeln auch die veredelten Haftetiketten und die Geschenkverpackung wider. Gern haben wir beides für unseren Kunden Eggenstein GmbH Whisky & Edelbrandmanufaktur in Bad Belzig gefertigt.

Heißfoliengeprägte Sandhügel

Die Heißfolienprägung legt sich harmonisch über die angedeuteten Sandhügel und die Schriften. Sie bringt schillernde Akzente und passt perfekt zur goldenen Farbe des Whiskys. Das holzfreie, ungestrichene Etikettenpapier mit gehämmelter Oberfläche unterstreicht den natürlichen Charakter.





PlakaDiva 2016

Beste Out-of-Home-Kampagnen gekürt
 Die höchste Auszeichnung für erfolgreiche Out-of-Home Kampagnen wurde vom Fachverband der Außenwerbung (FAW e. V.) am 20. April wieder in Düsseldorf verliehen. Der Abend stand ganz im Zeichen der Außenwerbung. Zahlreiche Plakatwände empfingen die Gäste bereits auf dem Vorplatz des Capitols und stimmten die Teilnehmer auf eine spannende Preisverleihung ein. Geehrt wurden die innovativsten und auffälligsten Plakatkampagnen des Jahres 2015. Wichtig dabei sind immer die Gestaltung, Strategie und Innovation, aber auch Synergien und Wirkung sowie eine handwerklich saubere Umsetzung und Liebe zum Detail.

Über die goldene Trophäe der PlakaDiva in der Kategorie „Beste Mediastrategie“ durfte sich Converse Deutschland mit der Kampagne „Made by you“ freuen. Die Kreatividee der OOH-Kampagne war so perfekt umgesetzt, dass Media und Kreation verschmolzen. Silber ging an „Dein Nutella 2015“ von Ferrero MSC GmbH & Co. KG. Der Mix aus klassischer Außenwerbung und Sonderinszenierungen in einer bis zum POS durchdeklinierten Strategie erzielte 2015 nachweislich hohe Aufmerksamkeit beim Konsumenten. Und eine Bronze-Diva erhielt adidas – „#Bethedifference | adidas AG“. Hier ist das Produkt Teil der „extrem guten Inszenierung“, Social Media Kanäle wurden als Multiplikator genutzt.

Wir sind sehr stolz darauf, dass wir alle drei Preisträger dieser Kategorie drucken durften. Herzlichen Glückwunsch allen Gewinnern und Nominierten und vielen Dank, dass Sie mit Ihren Ideen unser Straßenbild bunter gestalten.

Chefsache Verpackung

17. *creativ verpacken dialog*, Berlin // 17. Juni 2016

Auch in diesem Jahr waren wir wieder beim *creativ verpacken dialog* dabei. Diesmal gestalteten wir gemeinsam mit BRLO Braukunst Berlin den Themenpark „Alles glitzert, funkelt, blitzt – Chancen und Grenzen von Verpackungsveredelungen“. Nach einem kurzen Impulsvortrag bekamen die Teilnehmer von unseren Kollegen aus Berlin einen Einblick zum Thema „Veredelung“. Direkt im Anschluss konnten sie Fragen stellen und an ausgewählten hochveredelten Etiketten ihre Wissen testen.

Weitere Informationen zum Dialog unter www.creativverpacken.de/dialog



Packaging Innovations 2016

23.–24. Juni // *Fischauktionshalle Hamburg*

Wir präsentierten uns in diesem Jahr zum ersten Mal auf der Packaging Innovations in der Hamburger Fischauktionshalle – einem neuen, außergewöhnlichen und individuellen Eventkonzept. Zu sehen gab es bei uns am Stand eine Auswahl unserer Möglichkeiten an Verpackungen, Displays und Etiketten.

Zahlreiche Besucher schauten bei uns vorbei und ließen sich von unseren Produkten und Exponaten inspirieren.

Intervitis Interfructa 2016

27.–30. November // *Messe Stuttgart // Halle 5B58*

Eine zweite Premiere wird es im November geben: Wir nehmen erstmalig an der Intervitis Interfructa Hortitechnica teil. Auf der internationalen Technikmesse für Wein, Saft und Sonderkulturen zeigen wir Ihnen unser umfangreiches Produktspektrum an Etiketten, Displays und Verpackungen. Gerade für unseren Haftetikettenbereich freuen wir uns auf interessierte Kunden und anregende Gespräche.

Weitere Informationen finden Sie unter www.messe-stuttgart.de/ivifho



Gesamtredaktion

Ellerhold Aktiengesellschaft

Layout & Druck

Ellerhold Aktiengesellschaft, Radebeul

Auflage

7.000 Stück

i:mail ist das Kundenmagazin der Ellerhold Gruppe und berichtet über Neuigkeiten des Hauses sowie aus der Etiketten-, Plakat- und Verpackungsbranche. Der Bezug ist kostenlos. Auf Wunsch setzen wir Sie gern auf den Versandverteiler.

Fotonachweis

Ellerhold Gruppe
Jungnickel Fotografie
awk AUSSENWERBUNG GmbH
iStockphoto.com
Fotolia.com
Adobe Stock

Ellerhold AG

Friedrich-List-Straße 4
D-01445 Radebeul
Telefon: +49 351 83933-0

Ellerhold Witten GmbH

Liegnitzer Straße 1
D-58454 Witten
Telefon: +49 2302 929-9

Ellerhold Zirndorf GmbH

Jordanstraße 22–24
D-90513 Zirndorf
Telefon: +49 911 69987-0

Ellerhold Wismar GmbH

Akazienstraße 5–7
D-23966 Dorf Mecklenburg
Telefon: +49 3841 7961-0

Ellerhold Glücksburg GmbH

Am Kascher 1
D-24999 Wees
Telefon: +49 4631 6034-0

Goetz + Müller GmbH Etiketten aus Berlin

Buckower Chaussee 132
D-12277 Berlin
Telefon: +49 30 742004-0

Ellerhold Maschinenfabrik GmbH

Friedrich-List-Straße 31
D-01445 Radebeul
Telefon: +49 351 83933-0

Verkaufsbüros in

Niederlande
Dänemark
Österreich
Polen
Tschechien
Slowakei

Ellerhold im Internet

www.ellerhold.de • info@ellerhold.de