

Neue Verpackungen: Was sie können müssen

Digitalisierung als Megathema der Industrie.

WIEN/STOCKERAU. Bereits jetzt haben 6.100 Menschen in Österreich ihren Arbeitsplatz in jenen Industrie- und Gewerbebetrieben, die Verpackungen aus Papier, Pappe und Karton herstellen. Über 1,4 Mrd. Euro an Produktionswert werden dort generiert. (Quelle: Österreichisches Institut für Verpackungswesen). Die Digitalisierung wird in dieser Industrie zweifelsohne noch eine große Anzahl neuer und interessanter Jobs generieren – die Qualifikationen kommen teils aus völlig anderen Bereichen.

Ing. Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin von Bösmüller Print Management, einem Unternehmen, das seit Jahrzehnten in der Faltschachtelproduktion für Lebensmittel, Kosmetik, Non- & Nearfood tätig ist, macht klar: „Am POS erfüllt die Verpackung eine ganz zentrale Aufgabe: Sie wird zu einem Informationsinstrument, erfüllt eine Produktpräsentationsaufgabe und dient so der Markenkommunikation, wie auch der Verkaufsförderung.“ Sie ergänzt: „Digitale Elemente der Verpackung werden dabei künftig eine wichtige Rolle spielen.“ Welche sind das konkret?

Digitalisierung am POS

„In unserer Zusammenarbeit mit Digitalagenturen tüfteln wir gemeinsam an der Umsetzung kommunikationsstarker Lösungen durch den Einsatz digitaler Elemente in Kombination mit analogen Produkten, sprich Faltschachteln, Etiketten, Direct Mailings, etc.“, gibt Wallner-Bösmüller Einblick in die Innovationsprozesse ihres Unternehmens. „Technologien wie AR (Augmented Reality) und VR (Virtual Reality) eröffnen beispielsweise ein Tor zu neuen Erlebnisräumen. Die Customer Journey als Drehbuch, die von der Attraction bis zur Action führt, muss allerdings bereits im *Vorfeld* geschrieben sein. Als Verpackungsentwickler und -produ-



zenten sind wir ein wesentlicher Teil des Teams, das diese ‚Reise‘ plant.“

Dabei können auch *gesellschaftspolitische* Faktoren berücksichtigt werden. Doris Wallner-Bösmüller zeigt einige Möglichkeiten auf: „AR kann unter anderem als Tool für barrierefreie Verpackungen genutzt werden. Das bedeutet, dass AR verständliche Produkterklärungen für Personen mit sprachlichen Barrieren oder mit Sehbehinderung liefern kann.“

Ein besonders kommunikationsrelevanter Bereich ist die sog. NFC („Near Field Communication“). Das Prinzip ist ein Sender-Empfänger-System. Die Übermittlung der Daten erfolgt berührungslos. Die Technologie dahinter heißt RFID, die Abkürzung für „Radio Frequency Identification Device“. Um eine funktionsfähige Verbindung aufzubauen, darf der Abstand nicht mehr als einige Zentimeter betragen. Sender ist ein NFC-Tag, z.B. in einer Verpackung, und Empfänger ist z.B. ein Smartphone. Der große Vorteil: Man benötigt keine App, die man installieren und einrichten muss, denn heute sind nahezu alle Smartphones NFC-fähig.

Einige Use-Cases: Informationen zum Produkt, wie Bedienungsanleitungen, Inhaltsstoffe,

Tipps und Tricks, etc. lassen sich unkompliziert abrufen. Es kann damit auch die Direktverbindung mit einer Hotline hergestellt werden oder man kann an Gewinnspielen teilnehmen, indem der NFC-Tag direkt zur Landingpage verbindet.

Ing. Doris Wallner-Bösmüller stellt zusammenfassend fest: „Digitalisierung ist heute in aller Munde. Wir, der Inner Circle von Bösmüller Print Management, befassen uns intensiv mit den Möglichkeiten, die durch die Digitalisierung entstehen und mit dem Nutzen für die Lebensmittel-, Kosmetik-, Non- & Nearfood-Industrie. Dabei arbeiten wir mit Unternehmen und Fachgruppen zusammen, die die digitalen Elemente umsetzen können und erarbeiten, was bei Konstruktion und Produktion alles mitbedacht werden muss, damit die Ver-

packungsdigitalisierung gelingt.“ Bösmüller Print Management zeichnet sich seit vier Jahrzehnten dadurch aus, immer zu den Vorreitern technischer Entwicklungen zu zählen. Das gilt heute mehr als je zuvor.

Arbeitsplätze der Zukunft in der Branche

Angesprochen auf die Auswirkungen dieser Faktoren auf die Arbeitswelt in der Verpackungsindustrie, antwortet Wallner-Bösmüller: „Die Digitalisierung schafft einen großen Bedarf an Arbeitskräften mit digitalen Qualifikationen und mit kreativem Potenzial. Es geht darum, noch viele Anwendungsmöglichkeiten zu entwickeln, die wir heute noch gar nicht kennen, und wirklichen *Mehrwert* für die KonsumentInnen zu schaffen. Ein wesentlicher Aspekt dabei sind kollaborative Fähigkeiten, z.B. in der Kooperation mit Start-ups. Wir sind als Packaging-Produktionsunternehmen in der Digitalisierung angekommen und arbeiten laufend daran, attraktive Arbeitsplätze zu schaffen!“



Ing. Doris Wallner-Bösmüller
Geschäftsführerin
Bösmüller Print Management
Tel.: 02266/68180-0
d.wallner-boesmueller@boesmueller.at
www.boesmueller.at