



Es muss nicht immer quadratisch sein.

## Nicht nur auf den Inhalt kommt es an

**DAS AUGE KAUFT MIT – AUCH BEI MULTIMEDIA-VERPACKUNGEN** Um sich von der Menge der Neuerscheinungen abzuheben, spielt auch im Multimedia-Bereich die äußere Hülle eine wichtige Rolle. Und nicht nur aus diesem Grund: In kaum einer anderen Branche wird so häufig gefälscht und kopiert. Aufwändige Verpackungen sollen also nicht nur die Kauflust anregen, sondern auch Fälschungen erschweren.

„Immer mehr Produzenten entdecken die Chancen einer individuellen Verpackung, die ihre CD oder DVD ganz klar vom Wettbewerb unterscheidet“, so Reiner Kafitz, Geschäftsführer KMS Kafitz Medienservice. Gleicher Meinung ist auch Ralph Landmesser vom House of Audio: „In den letzten Jahren hat die Wichtigkeit der Verpackung für Datenträger immer mehr zugenommen. Das Pressen und das Drucken des Labels auf der Scheibe selbst ist bereits so weit standardisiert, dass man hier kaum Vorteile am Markt erzielen kann“. Hier habe, laut R. Landmesser, vor allen Dingen die Auflage von bedruckten Kartonverpackungen sehr stark zugenommen. „Eine noch relativ neue und sehr extravagante Verpackung ist das so genannte SmartPac, eine CD-Verpackung in Buchform mit Kartoneinband, bei der ein Booklet mit eingebunden werden kann.“ Diese Verpackung sei vor allem im Klassik- und Hörbuchbereich sehr gefragt, so Landmesser.

Wurden in den letzten Jahren überwiegend Jewel-Boxes aus Kunststoff eingesetzt, so gibt es mittlerweile eine

Reihe von Alternativen. „Zwar ist die Jewel-Case bereits seit über 20 Jahren auf dem Markt und bestens – sowohl beim Handel als auch beim Konsumenten – angekommen“, so Dr. Hartmut Spiesecke vom Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft, „aber es gibt immer wieder neue, interessante Verpackungslösungen.“ Wie beispielsweise die Discbox Slider (DSB), nach Angaben von Stora Enso, Finnland, eine umweltfreundliche und kosteneffiziente Verpackungslösung aus Karton. Gemeinsam mit Xeikon International, Belgien, präsentierten die Kartonverpackungsspezialisten auf der drupa 2004 erstmals eine On-demand-Produktionslinie für DBS-Hüllen, bestehend aus einer Pac-Master und einer Digitalfarbdruckmaschine (Xeikon 5000). Das Konzept umfasste somit eine vollautomatische Online-Produktionsanlage zum Drucken, Stanzen, Aufrichten und Abpacken. Memorex, nach eigenen Angaben einer der weltweit führenden CD-ROM-Anbieter, hat im vergangenen Jahr die DBS-Hülle auf den kanadischen Markt gebracht. „Diese neue Verpackung ermöglicht es dem Einzelhändler, die Platzaus-

nutzung im Lager und im Verkaufsregal zu optimieren. Durch das ansprechende Design fällt die Verpackung besser ins Auge“, so Paul Weber, Präsident von Memorex Canada. Memorex Europa war ebenfalls aktiv und vermarktet DBS in mehreren Ländern unter ‚EcoPack‘.

### Aufwändige Sonderverpackungen für DVD-Sets

Die großen Filmstudios investieren in enorme Werbe-Aufwendungen, um den filmbegeisterten Kunden die jeweiligen DVDs mit den aktuellen Blockbustern zu präsentieren. Hinter vielen dieser umfangreichen und komplexen Just-in-time-Kampagnen steht die deluxe media services GmbH mit deutschem Hauptsitz in Willstätt. Als 100prozentige Tochter der Rank-Group hat sich das Unternehmen auf Fulfillment-Service spezialisiert; an den insgesamt drei deutschen Standorten fokussiert man sich auf Verpackung und Distribution der aktuellen DVD-Blockbuster. So wie sich die Filme inhaltlich unterscheiden, differenzieren sich auch die jeweiligen Verpackungen. „Bei uns werden die ausgefallensten Wünsche realisiert, das ist unser oberstes Ziel“, so Geschäftsführer Alexander Schmieg. DVD-Verpackungen gibt es von einfachen Kunststoffhüllen bis hin zu mehrfach aufklappbaren Verpackungen, alles in unterschiedlichen Materialien, Farben und Ausführungen. Jede neue Verpackung stellt für deluxe eine besondere Herausforderung dar, denn jede Einheit besteht aus vielen Komponenten, die in einem exakt auf einander abgestimmten Prozess konfektioniert werden. Die Grundelemente wie Cover, Box und DVD werden für

jede DVD speziell gefertigt und angeliefert.

Die größte Verpackungseinheit sind derzeit neun DVDs, die in einer genau definierten Reihenfolge verpackt werden. Hinzu kommen zu jeder Konfektionseinheit Beileger. Auf Wunsch des Kunden werden dieser Einheit weitere Werbematerialien, wie beispielsweise Promotion-CDs, beigelegt. Die Umhüllung der gesamten Verpackungseinheit kann entsprechend der kunden- und produktspezifischen Vorgaben entweder mit Hart- oder Weichfolie erfolgen. Qualitätskontrollen während des gesamten Prozesses, vom Wareneingang der einzelnen Komponenten bis zur Endkontrolle, seien feste Bestandteile aller Produktions- und Konfektionierungsprozesse, heißt es. Derzeit ist bei deluxe „high season“, die Verpackung und Distribution der aktuellen Blockbuster für das Weihnachtsgeschäft laufen mit einer Tageskapazität von 280 000 Einheiten pro Film auf Hochtouren von den Bändern.

Die Anbieter von Filmen finden immer neue Kombinationen für eine erfolgreiche Vermarktung: Sei es die Zusammenstellung verschiedener Filme unter einem bestimmten Motto, die neuen Superfilme mit Fortsetzung, Filmsammlungen eines bestimmten Schauspielers usw. Im Jahr 2001 fanden 680 000 Boxsets den Weg zum Endverbraucher, 2003 waren es schon mehr als vier Millionen. Und der Trend setzt sich fort. Die Nachfrage nach den passenden Verpackungen sei so hoch wie nie zuvor, so auch Dirk Zimmer, Manager Key-Accounts bei der arvato-Tochter topac Multimedia Print GmbH: „Immer mehr Independents, Majors und Lizenzhändler geben Verpackun-

### Sicherer Schutz vor Fälschungen

180 europäische Forscher und Entwickler haben sich zum Netzwerk „Ecrypt“ (European Network of Excellence in Cryptology), einem Projekt zur Sicherung von Multimediadaten, zusammengeschlossen. Ihr Ziel ist es, Lösungen zu entwickeln, bei denen Musik, Bilder oder Videos mit zusätzlichen Schutzmechanismen versehen werden. So sollen Manipulationen erkannt und Raubkopien verhindert werden. Die Forschungsgruppe in der Schweiz befasst sich auch mit dem Thema Schutzmechanismen für Multimedia-Verpackungen.

gen in Auftrag, die den Wert des Inhalts widerspiegeln“. Schließlich spiele die Verpackung bei der Kaufentscheidung eine große Rolle, sie solle neugierig machen und zum Kauf anregen. Entscheidend seien die optischen und haptischen Reize, die beim Käufer in dieser kurzen Zeit ausgelöst werden müssen. D. Zimmer: „Ohne auffällig gestaltete Verpackungen wären die Sets austauschbar und wenig attraktiv.“

DVDs lassen sich durch individuelle Verpackungslösungen um einen entscheidenden Mehrwert bereichern. Das erhöht das Interesse und den Kaufwillen des Verbrauchers. Ein Boxset muss den Inhalt sofort reflektieren und so gut aussehen, dass die Kunden den Mehrwert sofort erkennen. Dieser findet sich häufig auch in Form eines Specials wieder, z. B. einer Landkarte von „Mittelerde“ oder Kunststoff-Figuren. Derzeit laufen bei deluxe die Vorbereitungen für eine Verpackung der ganz besonderen Art: 14 Filme aus dem Genre Horror wie beispielsweise Frankenstein und Dracula werden zusammen mit einer Kollektion von drei Figuren dieses Bereiches in einer Einheit zusammengestellt und dann in einer

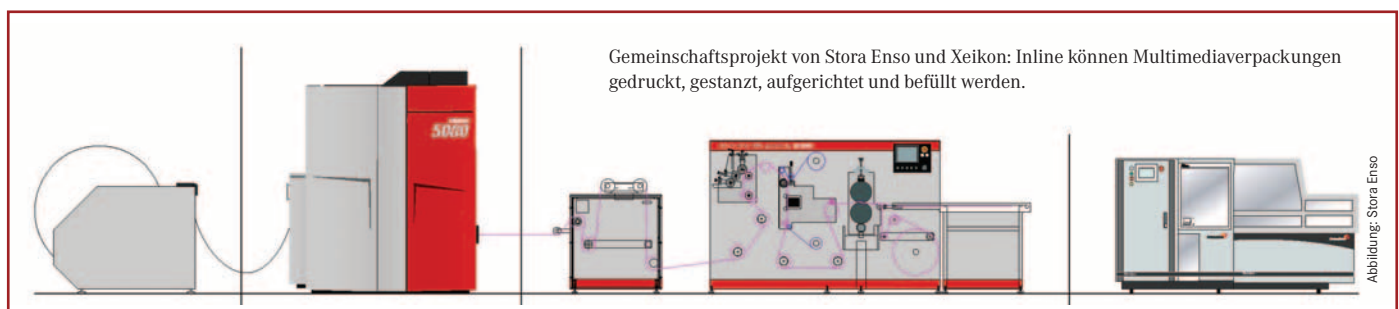




Foto: Schwarzach



Die Dicirex-Box, die sich wie ein Buch aufklappen lässt, wird aus einem einzigen Zuschnitt hergestellt. Für den festen Halt und die einfache Entnahme sorgt ein Kunststofftray mit Push-Funktion, mit der sich die eingerastete CD/DVD vom Träger lösen und entnehmen lässt.

schuhkartongroßen Umverpackung zusammengeführt.

Die Idee für eine originelle limitierte Sammelbox aus Karton mit Werner-Filmen und einer Bonus-DVD stammt aus der Kreativschmiede von STI in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Sommer + Sommer. „Das rote W mit weißer Outline war für uns so etwas wie das Sinnbild von Werner“, so Thomas Jonetzko, verantwortlicher STI-Produktentwickler. „Wir haben daher eine Lösung erarbeitet, die im Regal sofort ins Auge sticht und von allen Fans direkt mit „Werner“ assoziiert wird.“ Das Ergebnis ist ein „großes Bilderbuch“

in Ziehharmonikaform, in das sich fünf DVDs harmonisch einfügen.

### Karton behauptet sich zunehmend

Karton behauptet sich zunehmend auf dem wachsenden Markt der CD- und DVD-Verpackungen. Eine Neuentwicklung bei der Vorarlberger Offsetdruckerei Schwarzach liegt da voll im Trend: Die Dicirex-Box. Sie sei nahtlos bedruckbar und der Karton könne in allen gängigen Verfahren veredelt werden, heißt es. Die Kartonbox, die sich wie ein Buch aufklappen lässt, wird aus einem einzi-

gen Zuschnitt hergestellt. Die Marketing- und Kommunikationsfläche sei daher entsprechend groß und könne durchgehend gestaltet werden. Für den festen Halt und die einfache Entnahme sorgt ein Kunststofftray mit Push-Funktion, mit der sich die eingerastete CD/DVD vom Träger lösen und entnehmen lässt. Durch Einklicken wird sie wieder fest eingelegt. Die silberne Scheibe ist schwebend gelagert und damit gut geschützt. Zwischen Tray und Karton bleibt noch Platz für bis zu 6 mm dicke Booklets. Wie der Jewel Case kann die patentierte Box auf allen gängigen Maschinen automatisch bestückt werden. Schwarzach-Geschäftsführer Eduard Fischer ist mit dem Ergebnis der zweijährigen Entwicklungsarbeit sehr zufrieden: „Das Produkt ist ideal nicht nur für große Auflagen, sondern auch für sehr kleine. Die Handhabung ist dieselbe wie bisher, auch die Logistik bleibt gleich, aber Material und Gestaltungsmöglichkeiten sind viel attraktiver.“

Der am schnellsten wachsende Absatzbereich für Multimedia-Hüllen sind jedoch nicht Musik (auch vor dem Hintergrund, dass immer mehr Titel aus dem Internet heruntergeladen werden) oder Filme, sondern Jahresberichte, Firmenpräsentationen und Bedienungsanleitungen. Möglichst viele Informationen auf möglichst wenig Raum unterzubringen, war eine Herausforderung, die KMS nach eigenen Angaben für den Phar-

### Let's swing

Griffmulden im Tray des SwingCase ermöglichen das einfache und unkomplizierte Herausnehmen der fixierten Disc. Diese innovative und patentierte Multimedia-Verpackung kommt aus dem Hause Gundlach Berlin. Das Unternehmen zählt eigenen Angaben zufolge europaweit zu den größten Lieferanten für die Musik- und Multimediabranche. Das SwingCase hat ein seitlich aufklappbares Tray und bietet Platz für zwei CDs oder DVDs. Das aufklappbare Cover besteht aus einem 330-g-Chromokarton, ist allseitig bedruckbar und lässt sich hochwertig veredeln. Die Bedruckung des Verpackungsrückens macht jeden Titel ohne lästiges Suchen auffindbar. Ein Bookletschlitz oder eine Booklettasche bieten Platz für ein informatives und werbewirksames Beiheft. Um schnell auf Kundenwünsche reagieren zu können und eine hohe Qualität bei der Produktion von Multimedia-Verpackungen zu garantieren, investierte Gundlach Berlin bereits im Juli 2003 in neue Klebe- und Konfektionstechnik. „So können wir den wachsenden DVD-Markt auch zukünftig mit wettbewerbsfähigen Produkten versorgen“, erklärt Geschäftsführer Andreas Grathwohl. Zu den Verkaufsschlagern gehört das DiscPac. Ob zwei, drei oder vier CDs, es bietet Platz für eine variable Anzahl der runden Datenträger. Die flexible Verpackungslösung gibt es in den Ausführungen large und small. Beide werden ebenfalls aus 330 g Chromokarton gefertigt, haben ein Kunststofftray und sind besonders stabil.



Foto: Docdata

makonzern Merck geschickt lösen konnte: Das Darmstädter Unternehmen hatte die Zugangssoftware zum MerckNet sowie weitere Informationen auf eine Disc im Visitenkartenformat kopiert, die in einer Klappkarte in demselben Format befestigt wird. Das entsprechende „Mini-Handbuch“ mit umfangreichen Informationen wurde als Leporello gestaltet und auf die gegenüberliegende Innenseite eingeklebt. „Solche Sonderlösungen sind natürlich ideal, wenn es darum geht, einen möglichst individuellen und gleichzeitig professionellen Eindruck zu machen“, kommentiert R. Kafitz diese Variante. Eine weitere Variante: ‚Digipacs‘, in die sich zusätzlich noch Warenproben oder Miniaturen integrieren lassen. Unternehmen, die mit ihrer CD möglichst viel Aufmerksamkeit wecken wollen, können sich, so Kafitz, aber auch für ein so genanntes Liquid-CD-Case entscheiden. Dabei handelt es sich um eine Art Jewel-Box aus transparentem Kunststoff mit inwendig eingeschweißten farbigen Flüssigkeiten, die einen „tollen Effekt“ hervorrufen.

### Kundenbindung in Samt und Seide oder Duft

Den Gestaltungsmöglichkeiten sind keine Grenzen gesetzt: Es gibt CD-

Cup Lid: In dem Deckel, der auf alle gängigen 0,4-l- und 0,5-l-Kartontrinkbecher passt, ist die Disk vor Feuchtigkeit und Verunreinigungen geschützt. Durch den transparenten Schutzdeckel bleibt das Label sichtbar.

Verpackungen in Leder, Gewebe, Samt und Seide. Docdata Germany, Spezialist in der Fertigung und Distribution von Datenträgern, hat sich für den Food- und Eventbereich etwas Besonderes einfallen lassen, den von Docdata patentierten Cup Lid: In dem Deckel, der auf alle gängigen 0,4-l- und 0,5-l-Kartontrinkbecher passt, ist die Disk vor Feuchtigkeit und Verunreinigung geschützt. Durch den transparenten Schutzdeckel bleibt das Label der CD sichtbar. Die Umverpackung wird vorkonfektioniert und ist für den Versand optimiert.

Aber auch Weißblechdosen sorgen für Aufmerksamkeit im Regal, wie die B/Box von Huber-Verpackungen. Trotz der geringen Materialstärke von 0,24 mm ist die leichte Box (ca. 80 Gramm) den Angaben zufolge sehr stabil. Im Gegensatz zu anderen Packmitteln kann sie rundherum bedruckt werden. Gerade durch die Ausnutzung des metallisch silbernen Untergrundes ergeben sich beim Druck oder bei der Prägung ungewöhnliche, metallisch schimmernde Effekte. Auch das Münchener Unternehmen Mediabit verpackt CDs in Blechdosen. Und in Shell-Boxes in interessanten Farben. Je nach Unternehmensfarbe des Kunden gibt es diese in dem jeweiligen CI-Ton. Aber nicht nur das. So finden sich CDs auch in Frisbiescheiben wieder. Für besonders anspruchsvolle Lösungen arbeiten die Münchener mit Duftlacken. Musik-CDs mit Zusatznutzen



Foto: Elbschmiede

Musik zum Parken.

über die Verpackung kommen auch von der Musikproduktion Elbschmiede. Das Hamburger Unternehmen bietet die CDs verpackt im Bierdeckel, als Parkscheibe oder als Glücksspiel an.

Die Herzog IDEX GmbH hat ihre Verpackungen mit Magnetverschlüssen versehen und sogar Duftöl-Flaschen und Blinklichter eingebaut. Und die CD-Hülle „Pfungstbote“ ist mit französischer Seide bezogen und hat einen eingearbeiteten Mond aus einer 1,5 Millimeter starken Messingplatte. Geschäftsführer Stefan Herzog: „Unsere Kunden können sich schon so im CD-Regal optisch deutlich von anderen Produktionen abgrenzen“. Die artistic CD cases sind nicht nur 35 Prozent leichter als die herkömmlichen Verpackungen, ihre aufwändige Form mache auch Raubkopien so gut wie unmöglich, heißt es.

### DVDs stark im Kommen

Musikhören ist die häufigste Freizeitbeschäftigung der Deutschen. Dabei sind CDs mit 79 Prozent vom Umsatz das meistverkaufte Musikmedium. Als neues Medium gewinnt die DVD Umsatzanteile hinzu und ist klar auf dem Weg zum Massenmedium. Kein Wunder, dass Fälscher das große Geschäft wittern. Hier ein paar Fakten: Die Zahl der verkauften Rohlinge stieg seit 1999 von 58 Mio. auf 355 Mio. Stück. Die Zahl der gekauften Alben sank im gleichen Zeitraum von 166,8 Mio. auf 133,6 Mio. 7,3 Mio. Menschen luden in 2003 den Angaben zufolge 602 Mio. Songs herunter. Wären diese verkauft worden, hätte dies einen Umsatzwert von 5,8 Mrd. Euro bedeutet – das wäre mehr als das dreifache des tatsächlich erreichten Jahresumsatzes von 1,8 Mrd. Euro. Dass es sich hierbei nicht um ein Lappalie handelt, sondern ein echtes Problem darstellt, zeigt sich an folgenden Zahlen: 2003 mussten die Tonträgerhersteller 1200 Mitarbeiter entlassen, der Handel 1600. In den vergangenen drei Jahren haben 6000 Menschen in dieser Branche ihren Arbeitsplatz verloren (Quelle: Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft/Deutsche Landesgruppe der IFPI).

Ein Eyecatcher der besonderen Art sind auch heute noch „Wackelbilder“. Immer öfter begegnen sie uns nicht mehr nur als Spielzeug, sondern als Werbeform. CD-Cover sind nur einige der Anwendungen. Neue hochpräzise Techniken in Vorstufe und Druck sowie die großen Fortschritte bei der UV-Technologie machen's möglich. Rudolf Berle, berle:druck, investierte in diesem Jahr in neue Maschinen, u. a. auch, um diese Form des Druckens realisieren zu können. R. Berle: „Um als kleines Unternehmen überleben zu können, müssen wir dem Markt immer ein Stück voraus sein. Deshalb wurde es wieder Zeit für eine Besonderheit. Und die



Foto: berle:druck

Stichwort 3-D: Neue hochpräzise Techniken in Vorstufe und Druck sowie die großen Fortschritte bei der UV-Technologie ermöglichen bessere Ergebnisse im Lentikulardruck. berle:druck investierte in diesem Jahr in eine neue KBA-Rapida 74-Fünffarbenmaschine mit Lackwerk, UV-Ausstattung, Online-CIP4-Datenübernahme und Farbmess- und Regelanlage Densiitronic basic.

Hybridtechnologie faszinierte uns wegen der Effekte.“

Natürlich spielt immer auch die Funktionalität einer Multimedia-Verpackung eine wichtige Rolle. Was nützt der beste Film, wenn ich nicht an ihn herankomme. Und so bieten sich für CDs, die häufig benutzt werden, mit Lever Sleeves und VarioPacs stabile und robuste Kunststoffverpackungen an. Mit der Lever Sleeve, einer Entwicklung von bock Kunststofftechnik, Lauterbach, lässt sich der Datenträger den Angaben zufolge mit nur einer Hand entnehmen. Möglich wurde dies durch neuentwickelte

Halterungen und Entnahmemechanismen. VarioPac funktioniert mit einer einfachen Hebelmechanik. Um der Piraterie den Kampf anzusagen, beschäftigen sich die Medienunternehmen mit wirksamen Methoden, ihre Produkte fälschungssicher zu machen – auch über die Verpackung. So hat sich Buena Vista beispielsweise etwas Neues einfallen lassen: Alle DVD's von „Findet Nemo“ werden auf der Verpackung und auch auf der DVD mit einem selbst gestalteten Hologramm ausgestattet. Damit will man Verstöße gegen das Urheberrecht bzw. illegale Kopien leichter identifizieren können. Stora Enso und der finnische Softwareanbieter Stockway arbeiten an einem Gemeinschaftsprojekt zur Entwicklung intelligenter Verpackungslösungen auf Basis der kontaktlosen Identifikation von Radiofrequenzen (RFID). CD- und DVD müssen aber nicht nur durch ihre Optik überzeugen, sondern ihren Inhalt vor allen Dingen schützen – besonders beim Versand. „Versand im Handumdrehen“; das Motto für TNT Speedbooking gilt nicht nur für die innovative Versandsoftware, es beschreibt auch die Kernanforderung, die seitens TNT an die so genannte „Speedbooking-Verpackung“ für Software-CD, Book-

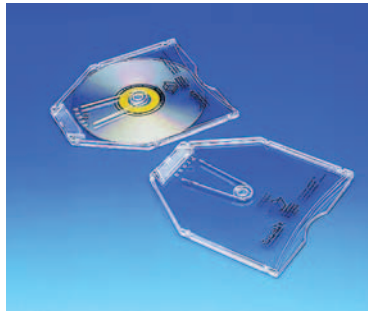


Foto: Bock

Bei der Lever Sleeve konnten laut Hersteller gegenüber marktüblichen CD-Verpackungen ca. 30 Prozent an Werkstoff und ca. 40 Prozent an Volumen eingespart werden. Die Hülle hat einen integrierten Originalitätsverschluss.

let und Versandpapieren gestellt wurde. Umgesetzt wurde dieses Projekt von der OH! Datenservice GmbH, Wedemark. Melanie Rasch, TNT Express GmbH, macht deutlich: „Unser Augenmerk lag auf einer funktionalen Verpackungslösung, die die unterschiedlichen Elemente wie CD, Booklet und Versandaufkleber aufnehmen kann und zudem auch viel Platz für die plakative Aufnahme wichtiger Informationen für unsere Kunden bietet.“ Weiterhin musste bei der Verpackungsproduktion die Versandoptimierung berücksichtigt werden, denn die Unterlagen sollen den Kunden im B4-Umschlag zugestellt werden können. Die Besonderheit

beim Speedbooking-Projekt lag darin, dass einerseits unterschiedliche Medien von der Verpackung aufgenommen werden müssen und weiterhin auch die hohe Qualität der Farbgleichheit der Bedruckung auf den unterschiedlichen Materialien gewährleistet werden musste. Der Datenservice übernimmt auch die anschließende Konfektionierung und den Versand an die jeweiligen TNT-Niederlassungen.

Viermal im Jahr verschickt die Software AG in Darmstadt an etwa 1500 Empfänger in Deutschland einen „Info-Container“ in Form einer personalisierten CD. Dafür nutzt das Unternehmen eine Softbox im A5-Format, die innen neben der CD auch Platz für ein persönliches Anschreiben bietet. Das passend gestaltete Cover kann außen in die Softbox eingeschoben und mit einem Adressaufkleber versehen werden. „Dies ist nur eine von zahlreichen Lösungen, die einen wirkungsvollen Versand von CDs mit persönlichem Anschreiben ermöglichen“, meint Reiner Kafitz über dieses Projekt. Er muss es wissen, denn sein Unternehmen bietet nach eigenen Angaben die weltweit größte Auswahl von CD- und DVD-Verpackungen im Internet. aw ■

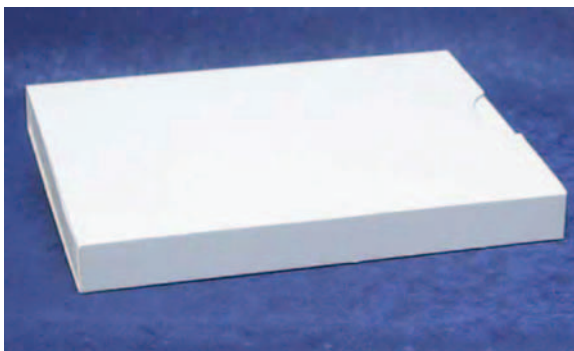


Foto: OH!



Die Versandverpackung ist nur minimal größer als die klassische Jewel-Box. Sie ist im Offset bedruckbar.