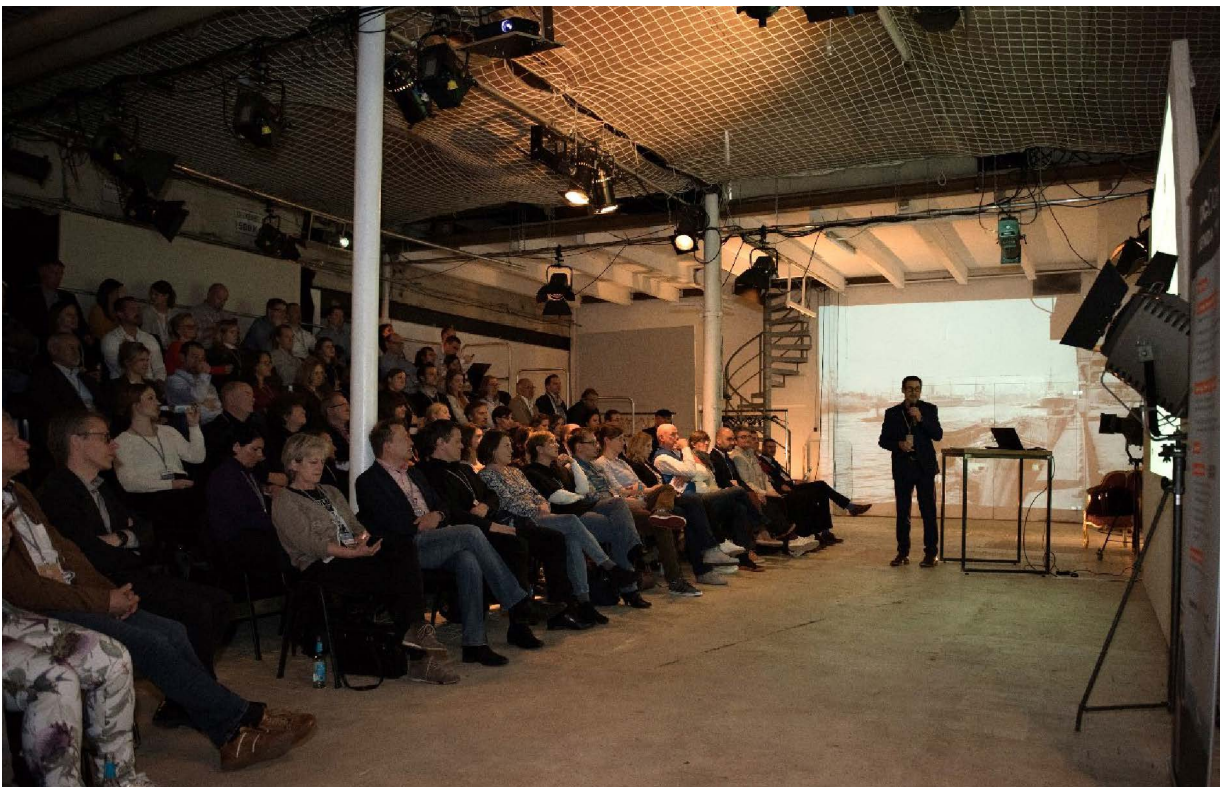


*„Mit viel Liebe zum Detail“*

*So war der erste PacDay von HanseRepro und H.O.Persiehl*

**Spotlight on. Langsam bewegt sie sich durch die Regalflure. Ihr Schritt ist so zaghaft, wie die Fortbewegung der Schlange an der Kasse. Dann plötzlich trifft es sie wie ein Blitz: Ihr Auge zuckt, der Kopf dreht sich ruckartig und ihr Blick bleibt hängen. Marie-Lou hat sich gerade verliebt: In eine Verpackung. Spotlight off.**

Was hier in einem fiktiven Beispiel angedeutet wird, ist die Passion von H.O.Persiehl und seinen Partnern: Verpackungen so zu produzieren, dass sie die Zielgruppe erreichen und bleibenden Eindruck hinterlassen. Das war auch das Thema des ersten **PacDays** am **28. März 2019** im Theater der Marzipanfabrik in Hamburg. Bei Live-Stationen und in Vorträgen erfuhren die rund 150 Besucher alles, was derzeit state-of-the-art ist im Packaging.



## **Gemeinsam stark**

H.O.Persiehl steht für die Produktion hochveredelter und innovativer Verpackungen für die Tabak-, Süßwaren- und Kosmetikindustrie. Der Packungsspezialist aus Hamburg mit mittlerweile 4 Standorten setzt dabei auf modernste Produktions- und Veredelungstechniken um die steigende Anforderungen der Kunden optimal erfüllen zu können. Mit der Übernahme der Kolbe-Coloco GmbH im Jahr 2018 hat H.O.Persiehl sein Geschäftsfeld im Bereich Etikettenproduktion weiter ausgebaut und ist nun in der Lage seinen Kunden ganzheitliche Verpackungslösungen anzubieten. In Zusammenarbeit mit der Hamburger Hanse Reprontrum GmbH, einem ehemaligen Tochterunternehmen, welche heute Teil der Pforzheimer Unternehmensgruppe Meyle+Müller GmbH+Co. KG ist, haben die Hanseaten nach dem Vorbild der Pforzheimer CGI TrendSession, ein erfolgreiches Veranstaltungskonzept auf Hamburg übertragen und daraus den PacDay entwickelt.

## Theorie und Praxis

Unter den 150 Besuchern waren viele Bestands-, aber auch Neukunden von HanseRepro und H.O.Persiehl, wie beispielsweise Imperial Tobacco, Bacardi, Tchibo, Ferrero u.v.m. Diese haben aufmerksam den beiden Vorträgen von Norbert Wittmann (Nymphenburg Consult AG) und Prof. Dr. Martin Dreher (Hochschule der Medien, Stuttgart) gelauscht. Während der drei Live-Stationen konnte das Gehörte dann nachfolgend in der Praxis erlebt werden.

Der Vortrag von Prof. Dr. Martin Dreher mit dem Titel „Intelligenz spart Kosten“ hat aufgezeigt, welche Parameter entscheidend dafür sind, dass eine hochwertige Druckqualität erreicht wird. Farbauftrag, Rasterung, Proof-Vorlagen etc. waren Inhalt dieses eher technischen Exkurses, der insbesondere für die anwesenden Verpackungsjenieure interessant war.

## Kaufverhalten der Generation X-Y-Z

Die Präsentation von Norbert Wittmann wiederum hat sich dem Packaging-Bereich aus einer Marketing-Perspektive genähert. Wie hat sich das Verbraucherverhalten der jungen Zielgruppe (auch Generation X-Y-Z genannt) verändert? Und wie müssen Verpackungen entwickelt werden, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen?

Die junge Käufergruppe, die deutlich affiner mit digitalem Content umgeht, fordert diesen auch ein. Und auch eine möglichst emotionale Customer Journey. Deshalb werden beispielsweise Virtual-Reality- und Augmented-Reality-Inhalte immer interessanter für Verpackungshersteller.

## Die Live-Stationen

Nach einem Lunch im „Drilling“, das Café, Bar und Destillerie in einem ist, hatten die Besucher nun die Möglichkeit, die mit Spannung erwarteten Live-Stationen zu erleben. Die rund 110 externen Gäste wurden in Gruppen à 35 Personen unterteilt, um dann an den drei Live-Stationen das theoretisch Gehörte nochmal in der Praxis live zu sehen. Dabei hat H.O.Persiehl eine Station zum Thema Druckveredelungen koordiniert. Präsentiert wurden Handmuster mit Prägungen, Lacken, Hologrammen etc.

## GINsider trifft GINfluencer

Die zweite Live-Station bestand aus drei Säulen. Im ersten Schritt wurde von Meyle+Müller-Creative Director Peter Nagel anhand einer Gin-Flasche erklärt, wie man zum perfekten Design gelangt. Eigens für den Event wurde diese Gin-Flasche kreiert und die Verpackung sowie das Etikett entworfen. Im zweiten Schritt erklärte Ole Osthoff (Geschäftsführer bei HanseRepro), wie die Personalisierung über ein Web-to-Print-Tool auf das Etikett kam. Besonders beeindruckend war für die Gäste die Erkenntnis, wie ein Produktionsablauf von der einzelnen Personalisierung bis hin zur Massenpersonalisierung organisiert werden kann.

Zuletzt präsentierte Michael Sirges von Kolbe-Coloco – einer Tochterfirma von H.O.Persiehl – wie sie eine AR-App entwickelt haben. Ein Imagefilm der Gin-Destillerie wurde über einen Marker mit auf die Getränkeverpackung gedruckt. Beim Scan des Etiketts über eine App, wird dieser Image-Film direkt wiedergegeben.

Zielsetzung dieser zweiten Station war es, den kompletten Werdegang zu erläutern – wie der Gin in die Flasche gekommen ist, wie Etiketten und Umverpackung der Flasche produziert und designt und wie sie personalisiert und die AR-Inhalte ergänzend im Druck verlinkt wurden. Ein weiteres Highlight der Veranstaltung: Jeder PacDay-Besucher durfte seinen eigenen personalisierten Gin als Give-Away mit nach Hause nehmen.

## Vom Wettbewerb abgrenzen

In der dritten Station, organisiert von Zerone (einer Tochterfirma von Meyle+Müller), wurde eine AR-App vorgestellt, die in den letzten zwei bis drei Monaten entwickelt wurde. Diese App richtet sich an Marketing-Teams, die beim Designprozess unterstützt werden sollen. Hierfür wurden Regale aufgestellt, in denen auch physische (also echte) Produkte positioniert waren. Mit der Augmented-Reality-App hatten die Besucher selbst die Möglichkeit, weiteren neuen 3D-Content „dazu zu bauen“. Mit einem Blick auf das Tablet haben sich für den Anwender somit die physische und die virtuelle Welt zu einem realistischen Gesamteindruck eines möglichen Verkaufsregals zusammen verbunden.

Die App hat zwei Verwendungszwecke: Sie richtet sich zum einen an Marketingentscheider, die neue Designs von einer Dose oder Flasche im Vergleich zum Wettbewerbsdesign zeigen wollen. Das Ganze kann über Mixed Reality und eingebautem Eyetracking außerdem soweit analysiert werden, dass man ein Gefühl dafür bekommt, ob das neue Design im Vergleich zum Wettbewerb auffällt, oder nicht. Zum anderen ist der Einsatz der App im Vertriebsbereich sinnvoll. Der Mitarbeiter geht beispielsweise mit dem Tablet in einen Supermarkt, und kann dort dem Filialleiter zeigen, wie und wo man die neuen Produkte am sinnvollsten positionieren könnte. Der Nutzen: Abgrenzung vom Wettbewerb und dem Händler völlig neue Verkaufswelten demonstrieren.



## Ende gut, alles gut

„Was die Veranstaltung auszeichnet, ist, dass sie von vorne bis hinten sehr durchdacht war, mit viel Liebe zum Detail“, fasst Simon Frenz den PacDay im Nachgang zusammen. Insbesondere die schöne Location, aber auch das Rahmenprogramm, das sehr hanseatisch aufgemacht war, sorgte für viel positives Feedback. Um dem PacDay noch das „i-Tüpfelchen“ aufzusetzen, haben die Veranstalter passend zur Location, Schauspieler engagiert, die möglichst viel „Seemannsgarn“ spinnen sollten. „Wir setzen ganz bewusst darauf, nicht das zu machen, was üblich ist, oder was andere machen. Wir wollen anders sein, Dinge besser machen! Und das dürfte uns mit dem PacDay auch gelungen sein“, schließt ein sichtlich zufriedener Simon Frenz.



## **Über H.O.Persiehl:**

Die Firmengruppe H.O.Persiehl geht zurück auf die Gründung einer Papierhandlung in Hamburg 1849 durch Hermann Otto Persiehl. Heute wird das Unternehmen, das mehr als 600 Mitarbeiter beschäftigt, in sechster Generation von Philipp und Moritz Persiehl geführt. Seit 2013 betreibt die Druckereigruppe, die Faltschachteln, Etiketten und Multipacks für Kunden aus den Bereichen Tabak, Food und Non-Food, Healthcare und der Getränkeindustrie herstellt, auch einen Standort in Wanfried, Nordhessen und seit 2014 eine Produktionsstätte in Polen. Über ein Vertriebsbüro in Paris wird zudem der französische Markt bedient. Seit dem vergangenen Jahr zählt auch KolbeColoco in Versmold zur H.O.Persiehl Gruppe. Allein an den drei deutschen Standorten sind mehr als 130 Druckwerke im Einsatz.

## **Über HanseRepro:**

Die Hanse Reprozentrum GmbH bietet ihren Kunden das gesamte Spektrum ganzheitlicher Prepress- und Digitaldruck-Lösungen. Fotorealistische 3D-Animationen für Verpackungsdesign und -produktion, hochspezialisierte Web-to-Print-Portale sowie kundenindividuelle Vor-Ort-Units sind nur einige der Services, mit denen HanseRepro seinen Kunden einen herausragenden Mehrwert bietet. Mit über 30 Jahren Erfahrung in Packaging und Publishing gehört das 45 Mitarbeiter starke Unternehmen mit Sitz in Hamburg zu den führenden Full-Service-Anbietern für anspruchsvolle Premedia-Leistungen. Zu den Kunden der HanseRepro gehören namhafte Unternehmen wie Imperial Tobacco, Bacardi, Peek&Cloppenburg und Tchibo.

## **Über Meyle+Müller GmbH+Co.KG und ihr bestehendes Partnernetzwerk:**

Meyle+Müller ist einer der führenden Medien-/IT-Dienstleister in Deutschland mit über 250 Mitarbeitern im In- und Ausland. Angeboten werden modernste Lösungen, Workflows und Systeme für die Omnichannel-Medienproduktion. Für die renommierten Kunden aus Industrie, Handel und Dienstleistung ist Meyle+Müller der kompetente Partner für Medienproduktion, Creative Services, Fotografie und CGI. Meyle+Müller verfügt zudem über besonderes Know-how in kostengünstiger Offshore-Produktion in mehreren Leistungsfeldern.

IT-Leistungen werden in dem 2015 ausgegliederten Tochterunternehmen apollon (85 Mitarbeiter, mehrere Standorte) erbracht – vor allem modernste Lösungen für alle Anforderungen aus den Bereichen PIM und MAM mit dem Kernprodukt Online Media Net (OMN).

Zum Unternehmensverbund gehört außerdem die 2017 als Partner hinzugewonnene Hanse Reprozentrum GmbH in Hamburg, die ihren Kunden das gesamte Spektrum ganzheitlicher Prepress- und Digitaldruck-Lösungen bietet – insbesondere auch in den Bereichen Verpackungsdesign und -produktion, sowie die erst kürzlich hinzugewonnene Zerone KG, ebenfalls aus Hamburg. Meyle+Müller hat mit dieser neuen Partnerschaft seine Leistungen im Bereich hochwertigster, kreativer Visualisierung sowie High End-Postproduktion erweitert.

## **Presse-Kontakt:**

Oliver Leis  
Tel.: +49 (0) 40 / 52 17 01-454  
Mobil: +49 (0) 176 / 611 048 38  
Email: Oliver.Leis@persiehl.de