



## Neue 3D-Beschichtung von Mondi sorgt für „Wow“-Effekt bei flexiblen Verpackungen am Point-of-Sale

Wien, 26. September 2017 – Außergewöhnliche, attraktive Verpackungsstile und -formate ziehen die Verbraucher von heute immer stärker in ihren Bann. Mondi hat diesen Trend erkannt und jüngst einen speziellen 3D-Lack entwickelt, durch die sich das Produkt im Verkaufsregal deutlich positiv abhebt – nicht zuletzt wegen ihres speziellen haptischen Effekts. Durch diesen 3D-Lack innerhalb einer mehrlagigen flexiblen Verpackung entsteht der Eindruck einer Prägung. Dieses Verfahren besitzt jedoch in der Produktion den Vorteil, dass es in bestehende Linien eingebaut werden kann. Beim Verbraucher wird der haptische Sinn durch den Prägungs-Effekt gezielt angesprochen, wodurch die Verpackung eine neue Dimension des Käuferlebnisses für die Verbraucher eröffnet. Dieser neue 3D-Lack mit „Wow“-Effekt bietet Markenherstellern einzigartige Möglichkeiten, ihre hochwertigen Produkte am Point-of-Sale gebührend hervorzuheben.

Technisch gesehen ist der Beschichtungsprozess einfach und ohne die Implementierung zusätzlicher Schritte in vorhandene Produktionslinien zu integrieren. Das Erfolgsgeheimnis liegt in dem besonderen Verfahren, mit dem der hochdichte Lack besonders dick auf die Folie aufgebracht wird – insgesamt wird eine Dicke von mehr als 50 µm erreicht. So bietet diese neue 3D-Lackierung von Mondi sowohl für Markenhersteller als auch für ihre Kunden zahlreiche Vorteile. Der große Vorteil für Markenhersteller besteht darin, dass jedes Bild oder Logo in 3D hervorgehoben werden kann. So wird bei minimaler Modifizierung des Kaschierprozesses das Markenimage durch ein positives Auffallen im Verkaufsregal optimiert. Die Endverbraucher profitieren wiederum von beeindruckenden haptischen Effekten, die ihre Lieblingsprodukte noch attraktiver machen.

Oliver Sperber, Chief Innovation Officer bei Mondi Consumer Packaging, erklärt: „Markenhersteller legen höchsten Wert darauf, dass ihre Produkte die Verbraucher immer wieder mit einer attraktiven visuellen und haptischen Erscheinung überzeugen. Diese Maxime haben unsere engagierten Anwendungingenieure bei der Entwicklung der innovativen Beschichtung zugrunde gelegt. Die Entscheidungen zum Kauf von FMCG (Fast Moving Consumer Goods) werden heute in den meisten Fällen direkt vor dem Verkaufsregal getroffen, und dieser Trend dürfte sich in Zukunft fortsetzen. Unsere neue 3D-Lackierung ist ein hervorragendes Beispiel dafür, wie Mondi durch die strategische Zusammenführung seiner Kernkompetenzen in Bereichen wie Kunststofffolien, Verpackung, Papier und Beschichtung spürbare Synergieeffekte in Forschung und Entwicklung erzielt, die letztendlich den Kunden zugutekommen.“

/Ende

### Photos:

<https://images.mondigroup.com/pinaccess/showpin.do?pinCode=YujKmYa3Mc3E>



**Contact:**

Judith Wronn, Marketing and Communications, Mondi Consumer Packaging

Tel: +43 (0)1 79013 4793, Fax: +43 (0)1 79013 967

Email: [Judith.Wronn@mondigroup.com](mailto:Judith.Wronn@mondigroup.com)

**Wir sind Mondi: IN TOUCH EVERY DAY**

Mondi ist ein internationales Verpackungs- und Papierunternehmen, das rund 25.000 Mitarbeiter in mehr als 30 Ländern beschäftigt. Unsere Kernmärkte liegen in Zentraleuropa, Russland, Nordamerika und Südafrika. 2016 erzielte Mondi einen Umsatz von € 6,7 Milliarden und eine Kapitalrendite (ROCE) von 20,3 %.

Wir sind entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Verpackungs- und Papierherstellung tätig – von der Bewirtschaftung unserer Wälder über die Produktion von Zellstoff, Papier und Verbundstoffen bis hin zur Entwicklung von effizienten und innovativen Industrie- und Konsumgüterverpackungen. Mit über 100 Produkten, die für mehr als 100.000 maßgeschneiderte Lösungen genutzt werden können, haben wir mehr zu bieten, als Sie denken. Führende Markenhersteller auf der ganzen Welt zählen auf unsere innovativen Technologien und Produkte in einer Vielzahl von Branchen. Unsere wichtigsten Kunden sind



die Automobilindustrie, die Bauwirtschaft, Hersteller von Chemikalien und Gefahrgütern, Druckanwender im Büro und im professionellen Bereich, der Einzelhandel und der E-Commerce, die Grafik- und Fotografiebranche, Hersteller von Haushalts- und Hygieneprodukten, die Branche für Heimtierprodukte, die Landwirtschaft, die medizintechnische und pharmazeutische Industrie, die Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie, Verpackungs- und Papierveredler sowie Versand- und Transportunternehmen.

Für uns ist nachhaltige Entwicklung wirtschaftlich sinnvoll. Sie ist ein wesentlicher Treiber unseres verantwortungsvollen und profitablen Wachstums und ein fester Bestandteil unserer Arbeit. Jeden Tag. Wir suchen laufend nach Möglichkeiten, aus weniger mehr zu machen. Wir bemühen uns um ein verantwortungsbewusstes Management der Ökosysteme, fördern und motivieren unsere Mitarbeiter und steigern den Wert, den unsere nachhaltigen Produktlösungen schaffen.

Mondi ist ein zweifach börsennotiertes Unternehmen. Mondi Limited ist an der Börse von Johannesburg (JSE Ltd) unter dem Tickercode MND erstnotiert, während Mondi plc im Premiumsegment der Londoner Börse unter dem Tickercode MNDI gelistet ist. Wir wurden 2008 in die FTSE4Good-Indexreihe und 2007 in den Socially Responsible Investment (SRI) Index der Börse von Johannesburg aufgenommen.