

Gefaltet, bedruckt, kreislauffähig



Ein Werbedisplay, das sich wie eine Ziehharmonika zusammenlegen lässt, aus unendlich recycelbarem Kunststoff besteht und am Ende zurück zum Hersteller wandert: Mit dem „FoldUp“ zeigt die Iffland GmbH aus dem hessischen Gelnhausen, wie viel Nutzen in einem durchdachten Druckprodukt stecken kann – und wie eng Werbetechnik und Nachhaltigkeit zusammenrücken.

Wer bei Iffland bestellt, bekommt selten etwas von der Stange. Seit 57 Jahren dreht sich beim Spezialisten für POS-Displays sowie Sieb- und Digitaldruck alles um Lösungen, die es so noch nicht gibt. „Die Kunden kommen unter anderem zu uns, weil sie wissen, dass wir auch für Anforderungen, für die es noch keine Standardlösung gibt, eine passende Lösung entwickeln“, erklärt Nikola Jurišić, im Unternehmen für die Entwicklung des FoldUp verantwortlich. Aus einer Kundenskizze und viel Erfahrung entwickelt Iffland neue Produkte und hat inzwischen eine Schatzkiste an Lösungsansätzen, die mit jedem Projekt wächst.

Der Nutzen: Beratung, Material, Tempo

Geschäftsführer Enrico Amato beschreibt die Stärke des Unternehmens so: „Wir haben eine sehr hohe Beratungs- und Materialkompetenz. Sie reicht über das klassische Druckprodukt hinaus – bis beispielsweise hin zu perforierten Deflektoren, die die Luft von Klimaanlage umlenken, damit sie die Mitarbeitenden nicht direkt trifft.“ Für die Kunden zählt vor allem „eine Mischung aus Zuverlässigkeit und Flexibilität“: Ob ein Rollout für den Point-of-Sale 100 oder 3000 Filialen umfasst, ob einzelne Standorte selbst bestellen oder Ware vorkommissioniert ans Zentrallager geht – Iffland ist auf alle Szenarien vorbereitet und übernimmt auch die Logistik für seine Kunden.

Ebenso wichtig ist das Tempo. Von der Idee über Skizze, Handmuster und technische Zeichnung bis zur Stanze und zum

bedruckten Prototyp vergehen oft nur zwei bis drei Tage. Möglich macht das ein eingespieltes Team: „Jeder ist mit diesem Prozess vertraut, die Abstimmungswege sind kurz“, sagt Jurišić. „Deshalb brauchen wir nicht viel Zeit, um komplexe Produkte von Anfang an zu entwickeln.“ Für den Kunden heißt das: individuelle Lösungen, ohne lange Warteschleifen.

Vom Bodenaufkleber zum FoldUp

Die Idee zum FoldUp entstand aus einem ganz anderen Kundenwunsch. Vor rund drei Jahren suchte ein nahegelegener Handballverein Bodenaufkleber fürs Parkett der Sporthalle. Iffland tüftelte den passenden Folienverbund aus – und erkannte, dass ein solches Produkt auch für andere Vereine interessant sein könnte: ein Webshop musste her. Als weitere Produkte, die im Webshop angeboten werden konnten, lagen Roll-up-Displays nahe. Da Iffland bisher keine Roll-ups produziert hatte, musste nun entschieden werden, ob man sie zukaufen oder selbst produzieren wollte. Da viele Produkte des Unternehmens – wie beispielsweise große Displays – aus stabilen Polypropylen-Wabenplatten gefertigt werden, wollte man dieses Material für einen Roll-up-Ersatz verwenden. Offen blieb dann die Frage: Wie verpackt man ein starres, zwei Meter großes Display? Den Impuls gab Kollege Mathias Witte – „Was wäre, wenn wir eine Ziehharmonika-Lösung hätten?“ Zusammengefaltet ist das Display kompakt, das Versandvolumen gering. „Das war die Geburtsstunde des FoldUp“, verrät Jurišić. Ein Jahr Entwicklung und unzählige Versuche folgten, bis jede Faltung saß.

Der Nutzen für Anwenderinnen und Anwender liegt auf der Hand: ein standsicheres, hochwertig bedrucktes Display, das sich klein zusammenlegt und dadurch günstig versenden lässt. Ein eigens entwickeltes Material – vorne weiß, hinten schwarz – verhindert, dass sichtbarer Staub die Rückseite trübt. Damit die digitale Druckfarbe auf dem Kunststoff hält, war zusätzliche Entwicklungsarbeit für eine optimale Oberflächenspannung notwendig. Der werkzeuglose Aufbau erfolgt innerhalb weniger Sekunden und erleichtert den Einsatz auf Messen, am Point of Sale oder bei Veranstaltungen. Durch seinen modularen Aufbau lässt sich das Produkt zudem an unterschiedliche Anforderungen anpassen. Mit dem FoldUp zeigt Iffland, wie sich Nachhaltigkeit und Funktionalität im Bereich der visuellen Kommunikation verbinden lassen. Abgesichert ist die Eigenentwicklung inzwischen über einen Gebrauchsmusterschutz und eine, Anfang des Jahres beim Deutschen Patent- und Markenamt eingereichte Patentanmeldung; das Material wird exklusiv für Iffland gefertigt.

“

Die Kunden kommen unter anderem deshalb zu uns, weil sie wissen, dass wir auch für Anforderungen, für die es noch keine Standardlösung gibt, eine passende Lösung entwickeln.“

Nikola Jurišić

Ein Kreislauf für alte Displays

Nachhaltigkeit wurde von Anfang an mitgedacht. Polypropylen, laut Jurišić „ein Kunststoff, der sich fast unendlich recyceln lässt“, kann innerhalb eines geschlossenen Kreislaufs wiederverwendet werden. Kunden schicken ihre alten FoldUps zurück, die Platten werden granuliert, eingeschmolzen und – ohne Qualitätseinbußen – zu neuen Displays verarbeitet. Für die Rückgabe gibt es fünf Prozent Rabatt auf den nächsten Einkauf, als Dankeschön für nachhaltiges Verhalten.

Zugleich wirbt Jurišić für mehr Aufklärung: Die verbreitete Gleichung „Karton gut, Kunststoff böse“ stimme bei einem unendlich recycelbaren Material nur bedingt. Für einen fairen Vergleich – etwa zwischen einem bedruckten Display und einem Digital Signage Display – brauche es belastbare Studien zum CO₂-Ausstoß über die gesamte Nutzungsdauer. Ein Anliegen, das die Verbände Druck und Medien teilen. Iffland selbst versteht das FoldUp erst als Auftakt: Das Portfolio soll um weitere Produkte wachsen, die am Ende „wirklich in den Kreislauf laufen“.