DOMINO

FÜR CRAFT-BRAUER

KENNZEICHNUNGSLEITFADEN

Alles, was Sie schon immer über das Codieren von Bier wissen wollten (sich aber nie zu fragen trauten)

Ihr Leitfaden zum Thema Kennzeichnung und Markierung

Das Codieren Ihrer Dosen und Flaschen mag heutzutage zwar gesetzlich vorgeschrieben sein, kann sich aber auch positiv auf Ihr gesamtes Unternehmen auswirken.

Dieser von uns erstellte Leitfaden hilft Ihnen nicht nur dabei, die für Ihr Unternehmen am besten geeignete Codierlösung auszuwählen, sondern verbessert auch Ihr Verständnis für das Codieren und die vielen Möglichkeiten, die es mit sich bringen kann.

Inhalt

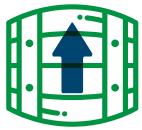
3 Verhaltenskodex
4 Setzen Sie ein Zeichen
7 So knacken Sie den Code
8 Integration
9 Bier-Codes verstehen
10 Kaufen oder leasen?
11 Codes der Welt
13 Die größten Importeure und Exporteure
15 Glossar
16 Nützliche Links

Kurzinfos

Lassen Sie uns zu Beginn einen Blick auf einige Fakten und Statistiken zur Branche werfen[1]:

Es wird erwartet, **dass der globale Markt für Craft-Bier bis 2025 einen Wert von 502,9 Milliarden Dollar erreicht.** Die gute Nachricht lautet also: Sie haben sich für die richtige Branche entschieden!

Die größten Craft-Bier produzierenden Länder sind **Australien, Deutschland und die USA, die zusammengenommen 65 % der Produktion** in Bezug auf Wert und Volumen ausmachen.



Aufgrund der steigenden Nachfrage nach Pale Ale, Indian Pale Ale (IPA) und Amber-Ale, die von den Verbrauchern bevorzugt nachgefragt werden, nimmt die Anzahl der Brauereien weltweit stark zu.

Obwohl Craft-Brauereien traditionsgemäß die Abfüllung in Flaschen bevorzugen, **tendieren Kunden zunehmend zu Dosenbier**. Mehr und mehr unabhängige Brauereien haben Erfolg in der Branche dank wichtiger Entwicklungen in der Dosenabfüllung und im Druck.

[1] http://www.grandviewresearch.com/press-release/global-craft-beer-market

Verhaltenskodex

Der perfekte Code kann dazu beitragen, dass sich Ihr Bier im Regal von der Konkurrenz abhebt. Sie sollten bei der Erstellung Ihres einzigartigen Codes jedoch einige Dinge beachten, damit er auch tatsächlich das Ethos Ihrer Marke verkörpert.

Gesetz

Wie Sie wissen, ist es gesetzlich vorgeschrieben, dass alle Produkte, die Sie vertreiben, gekennzeichnet sind. Alle Getränkeprodukte, die bei großen Einzelhändlern eingehen, müssen mit einem klaren, präzisen und leicht lesbaren Code versehen sein. Die Qualität Ihrer Codes kann darüber entscheiden, ob die gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden.

Rückverfolgbarkeit

Eine eindeutige Kennung (Unique Identifier) in Form eines von Menschen und Maschinen lesbaren Codes unterstützt die Identifizierung und Rückverfolgung einzelner Produkte, sodass es im Bedarfsfall so einfach wie möglich gemacht wird, bestimmte Artikel aus dem Verkehr zu ziehen. In den USA zum Beispiel ist dieser Rückverfolgbarkeitscode seit 2002 Pflicht.

Transparenz

Wir leben im digitalen Informationszeitalter, in dem Verbraucher so viel wie möglich über Ihr Produkt wissen wollen. Sie können Ihre Kunden dazu befähigen, indem Sie einen Code anbringen, den man scannen oder auf der entsprechenden Kampagnen-Website eingeben kann, um beispielsweise auf gezielte und genaue Informationen über das erworbene Produkt zuzugreifen. Auf diese Weise können die Verbraucher sicher sein, dass es sich bei dem Bier um ein Originalprodukt handelt, das gemäß der hohen Qualitätsanforderungen der Brauerei hergestellt wurde.

Fälschungssicherheit

Die effiziente Kennzeichnung und Markierung Ihrer Produkte und Verpackungen in jeder Stufe der Lieferkette spielt eine wichtige Rolle im Kampf gegen Produktfälscher.

Serviervorschläge

Der Code kann Ihre Kunden auch darüber informieren, wie Ihr Bier am besten getrunken werden sollte. Dadurch wird der einzigartige Charakter des Bieres betont und sein Ruf als hochwertiges Getränk gestärkt. Sollte es gleich getrunken werden oder kann es gelagert werden? Sollte es bei einer bestimmten Temperatur getrunken werden? Ein Code kann dabei helfen, diese Informationen zu übermitteln.

Marketing und Werbeaktionen

Ein einzigartiges alphanumerisches Datenelement (z. B. ein QR- oder 2D-DataMatrix-Code) kann sich als besonders wirksames Marketingtool erweisen und den Käufern die Teilnahme an innovativen Kampagnen ermöglichen, sei es in Form eines traditionellen Werbecodes für Angebote, Verlosungen oder Veranstaltungen oder in Form von scanbaren Links zu Microsites, Videos oder Spielen.

Export

Codes enthalten die erforderlichen Informationen zu Rückverfolgbarkeit und Lieferkette für den Export Ihrer Bierdosen und -flaschen. Wenn Sie erwägen, Ihr Bier zu exportieren, kann Ihnen der richtige Code den Weg in neue Märkte ebnen. **Klicken Sie hier**, um zum Abschnitt „Codes der Welt“ zu gelangen, in dem wir einen Blick darauf werfen, wie andere Länder ihr Bier codieren.

Informationen für Verkäufer

Ein Code liefert Groß- und Einzelhändlern wichtige Informationen, anhand derer sie die Frische des Produkts, das sie verkaufen, prüfen können. Er ist zudem unerlässlich für die Erneuerung ihres Produktbestands anhand des Grundsatzes „first in – first out“ oder eines ähnlichen Systems. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kunden wissen, wie sie Ihre Codes lesen können. Schließlich ist es immer eine gute Idee, diejenigen zu unterstützen, die Ihr Bier verkaufen.

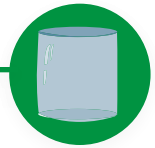
Setzen Sie ein Zeichen

Codes können auf beinahe jedes Substrat gedruckt werden, egal ob es sich um Flaschen, Dosen, Kartons oder Paletten handelt. Das müssen Sie wissen!

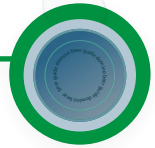
Dosen

Dosen werden aufgrund der interessanten Möglichkeiten hinsichtlich Verpackung und Codierlösungen bei unabhängigen Brauereien immer beliebter.

Etiketten für Dosen: Bei kleinen und mittleren Chargen erfreuen sich Etiketten zunehmender Beliebtheit. Codes können direkt auf Dosenetiketten gedruckt werden. Diese können in Bezug auf Verarbeitung und Design genauso flexibel sein wie Flaschenetiketten und erweisen sich zudem im Vergleich zum direkten Bedrucken von Dosen als eine kostengünstigere Alternative.



Schrumpffolienetiketten für Dosen: Schrumpffolienetiketten sind eine Variante herkömmlicher Etiketten und bieten ein 360-Grad-Design für Dosen. Sie sorgen beim Verpacken auf mehreren Produktlinien zudem für mehr Flexibilität. Codes können direkt auf die Folie gedruckt werden, bevor der Schrumpfungsprozess stattfindet. Wie jedoch bereits im ersten Punkt erwähnt, ist die häufigste Anwendung das Bedrucken der Dosenunterseite.



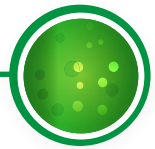
Direktes Bedrucken von Dosen: Codes können mittels schwarzer Tinte oder Laser auf die konkav geformte Unterseite einer Dose gedruckt werden. Dies sind die gebräuchlichsten Codierverfahren. Eine gute Codierlösung ist in der Lage, einen qualitativ hochwertigen Code, der Ihren Erwartungen entspricht, auf die unebene Oberfläche einer Dose aufzubringen.

Setzen Sie ein Zeichen

Codes können auf beinahe jedes Substrat gedruckt werden, egal ob es sich um Flaschen, Dosen, Kartons oder Paletten handelt. Das müssen Sie wissen!

Flaschen

Dank seiner Flexibilität ist der Continuous-Inkjet-Druck (CIJ) die am häufigsten eingesetzte Kennzeichnungstechnologie für die Aufbringung von Codes auf Flaschen. Im Folgenden haben wir einige Erwägungen zusammengestellt, die Sie bei der Codierung von Flaschen berücksichtigen müssen.

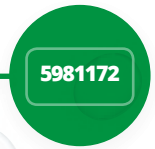


Welche Farbe hat das Glas?

Nachdem die Codes direkt auf die Flasche gedruckt wurden, müssen sie natürlich sichtbar sein. Klarglasflaschen müssen mit dunkler Tinte (üblicherweise Schwarz) bedruckt werden und umgekehrt. Produzieren Sie jedoch Klarglas- und dunkle Flaschen und möchten für beide dieselbe Tinte nutzen, dann ist ein stark deckendes Gelb am besten geeignet.

Verwenden Sie Mehrwegflaschen?

Diese müssen in einem Laugenbad gewaschen werden. Da diese Flaschen wiederverwendet werden sollen, muss sich der zuvor gedruckte Code entfernen lassen, um durch einen neuen ersetzt zu werden.



Benötigen Sie UV-lesbare Codes?

Hierbei handelt es sich im Grunde genommen um einen unsichtbaren Code, der nur unter Verwendung von UV-Licht gelesen werden kann. Diese Art Code ist besonders bei der Verfolgung von Mehrwegflaschen nützlich, da die Tinte der Laugenflüssigkeit gegenüber resistent ist und daher nach dem Reinigungsprozess sichtbar bleibt.

Setzen Sie ein Zeichen

Codes können auf beinahe jedes Substrat gedruckt werden, egal ob es sich um Flaschen, Dosen, Kartons oder Paletten handelt. Das müssen Sie wissen!

Etiketten

Bei der Verwendung von Etiketten können Codes entweder mit Laser- oder CIJ-Systemen gedruckt werden. Weitere Details finden Sie in unserem **Technologie-Abschnitt**.

Auf Ihren Dosen und Flaschen können eine Vielzahl von Etikettenmaterialien eingesetzt werden:

- Strukturiertes und geprägtes Papier
- Nassfestes Papier
- Metallisiertes Papier und Folien
- Weiße Folienmaterialien
- „Exotische“ Materialien wie z. B. Holzfurnier
- Transparente Folienmaterialien, einschließlich ultradünner transparenter Folien und ultraklarer Kleber, die für einen No-Label-Look auf Flaschen und Aluminiumdosen sorgen.

Egal, für welches Design Sie sich entscheiden: Sie müssen sicherstellen, dass die gewählte Codierlösung mit dem Etikettensubstrat und -design kompatibel ist. Ein Laser zum Beispiel legt die Farbe des Papiers offen **(hier sehen Sie, wie es funktioniert)**. Das heißt, dass das Etikettendesign einen flachen Farbbereich benötigt. Da Papier normalerweise weiß ist, empfehlen wir, diesen Bereich so dunkel wie es Ihr Design zulässt zu gestalten, um für ausreichend Kontrast zu sorgen.

Auch für einen mit Tinte gedruckten Code ist ein flacher Farbbereich notwendig. Da es Tinte jedoch in verschiedenen Farben gibt, haben Sie hier etwas mehr Freiraum. Fragen Sie den Lieferanten Ihrer Wahl jedoch vorweg nach seiner Tintenpalette, um sicherzustellen, dass er die gewünschte Tinte auch bereitstellen kann. Lassen Sie Ihre Designer im Voraus wissen, welche Kennzeichnungstechnologie Sie nutzen möchten, um die Vereinbarkeit mit dem gewählten Etikett zu gewährleisten.

Sekundär- und Tertiärverpackungen

Bevor Ihre gekennzeichneten Dosen und Flaschen versandbereit sind, sollten Sie sich einen Augenblick Zeit nehmen und über die Codierung Ihrer Sekundär- und Tertiärverpackungen nachdenken. Wir haben einige Gründe zusammengestellt, aus denen es Sinn macht, auch Ihre Kartons, Schrumpffolien-Trays und Paletten mit Etiketten zu versehen.

- Etikettendruckspender ermöglichen es Ihnen, Ihren in großen Mengen hergestellten Produkten Etiketten mit Haltbarkeitsdaten, Rückverfolgbarkeitscodes und Herstellungsdatum zuzuweisen.
- Der Etikettendruck in höchster Qualität gemäß GS1-Standard gewährleistet die Lieferkettenkonformität auf allen Verpackungsarten.

Einige weitere Überlegungen ...

Feuchtigkeitsbeständigkeit: Egal ob Sie Dosen, Flaschen oder Etiketten bedrucken: Sie müssen immer sicherstellen, dass die verwendete Tinte und Codierlösung feuchtigkeitsbeständig ist, zumal Sie es wahrscheinlich mit Leckagen und Kondensierung zu tun bekommen.

Produktionsgeschwindigkeiten: Die Produktionsgeschwindigkeiten können sich auf die Eignung der gewählten Druckoption auswirken. Um dem Bedarf der Kunden – insbesondere während der heißen Sommermonate und während der Weihnachtszeit – gerecht zu werden, erhöht sich die Geschwindigkeit Ihrer Produktionslinie wahrscheinlich enorm. Daher ist es wichtig, dass Ihre Codierlösung mit diesen Bedürfnissen Schritt halten kann!

Raue Umgebungen: Uns ist bewusst, dass Ihre Produktionsumgebung sehr nass werden und oft Temperaturen von etwa 45 °C erreichen kann, wodurch auch die Codequalität beeinträchtigt werden könnte. Das von Ihnen gewählte Codier- und Markiersystem muss diesen Bedingungen standhalten können.

So knacken Sie den Code

Codiertechnologien sind auf das Bedrucken von Primär-, Sekundär- und Tertiärverpackungen ausgelegt:

- Die **Primärverpackung** ist die Verpackung, die Ihr Produkt tatsächlich umgibt, also entweder die Dose oder die Flasche.
- Die **Sekundärverpackung** umhüllt Produkte, wie z. B. Schrumpffolien, die mehrere Getränkekartons zusammenhalten, oder Kartons, die Bierdosen enthalten.
- Die **Tertiärverpackung**, die nur in den seltensten Fällen vom Kunden gesehen wird, bezeichnet beispielsweise eingeschrumpfte Paletten, auf denen Produkte üblicherweise über Verteilerzentren vom Hersteller zum Einzelhändler geliefert werden.

Lassen Sie uns also untersuchen, welche Codiertechnologie sich am besten für welche Art von Verpackung eignet.

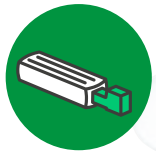
Continuous-Inkjet (CIJ)

Der CIJ-Druck ist ein schnell trocknendes, berührungsloses Codierverfahren. Ohne zu technisch zu werden – der von CIJ genutzte Prozess ist relativ einfach: Elektrisch geladene Tintentropfen werden mit hoher Geschwindigkeit auf die Oberfläche geschleudert, wodurch eine Abfolge runder Punkte entsteht, die einen Rastermatrix-Code bilden.

Ideal für Metall, Glas, Dosen, poröse und halbporöse Karton- und Papiersorten – im Grund kompatibel mit beinahe allen Substraten, die von Craft-Brauereien verwendet werden.

Vorteile:

- ✔ Einfache Integration
- ✔ Mit den meisten Oberflächen kompatibel
- ✔ Kann mit Hochgeschwindigkeitsproduktionslinien Schritt halten



Laser

Mit dieser Option können Sie die Oberflächenschichten des Materials wegätzen bzw. „verdampfen“, wodurch eine dauerhafte und beständige Kennzeichnung hinterlassen wird. Vektorlaser-Codierer können Text, Grafiken und variable Daten „drucken“.

Ideal für Glas, Kunststoff, Papier und Karton.

Vorteile:

- ✔ Hochauflösende Codes bei hohen Geschwindigkeiten
- ✔ Umweltfreundlich
- ✔ Kostengünstig

Etikettendruckspender

Etikettendruckspender sind modulare Kennzeichnungssysteme für Ihre Produktionslinie. Etikettendruckspender sind einfach zu bedienen und drucken Daten auf ein Etikett, bevor dieses direkt auf die Sekundär- oder Tertiärverpackung aufgebracht wird.

Ideal für Trays, Kartons, Schrumpffolienverpackungen und Paletten.

Vorteile:

- ✔ Erste Wahl für Sekundär- und Tertiärverpackungen
- ✔ Einhaltung der Lieferkettenkonformität gemäß GS1-Standard

Auch eine Überlegung wert ...

Manche Brauereien wünschen sich zudem ergänzende Anwendungen und Software, um die Betriebsleistung ihrer Produktionslinien zu steigern – insbesondere hinsichtlich der Qualitätskontrolle. Scan- und Kamerasysteme zur Code-Erkennung und Qualitätssicherung sind aus diesem Grund heutzutage eine wichtige Ergänzung zur eigentlichen Codier- und Markierausrüstung.

Integration

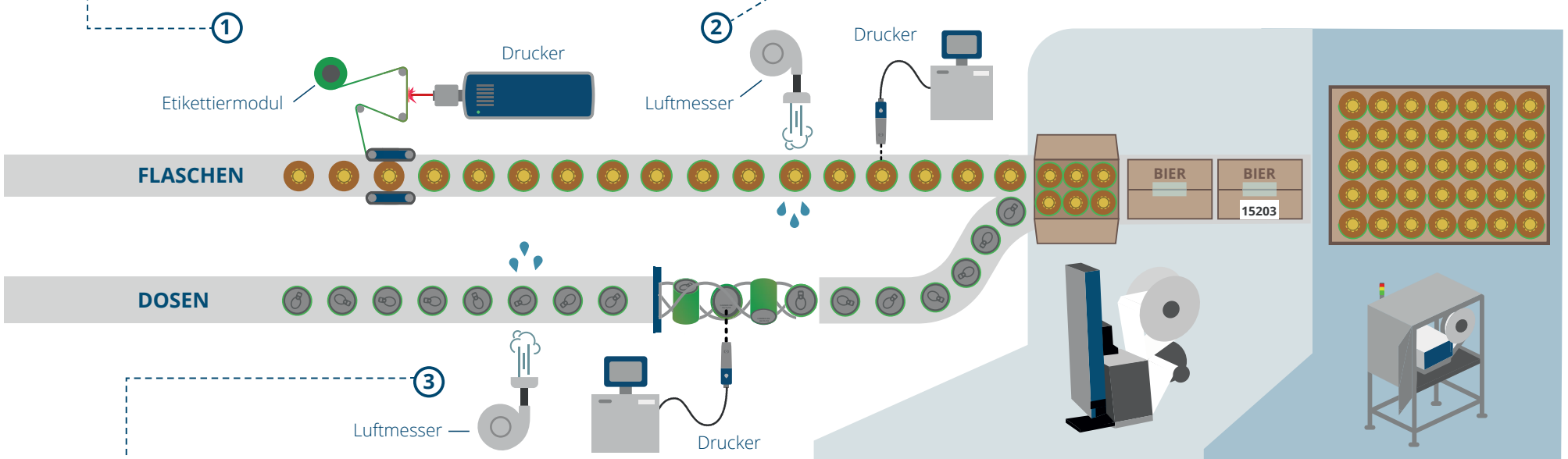
Jede Brauerei ist einzigartig und hat andere Herausforderungen, wenn es um das Thema Integration geht. Unsere Empfehlung lautet daher, vor der Erstellung eines Integrationsplans immer einen spezialisierten Techniker zu konsultieren!

1. BEDRUCKEN VON ETIKETTEN

Sobald die Flasche oder Dose das Förderband erreicht, kann es schwierig sein, sie hinsichtlich der Position des Etiketts zu steuern. Für die Codierung von Etiketten mit CIJ oder Laser muss das Etikett also in der Etikettiermaschine bedruckt werden. Das Bedrucken kann im Modul, im Aggregat (Palettenstation) oder einfach auf dem Flaschentisch der Etikettiermaschine erfolgen, falls diese servogesteuerte Flaschenpositionen nutzt, die auf die Bereitstellung der korrekten Flaschenausrichtung programmiert werden können. Der Druckkopf muss komplett senkrecht zum Etikett stehen, um eine Verformung des Codes zu verhindern.

2. BEDRUCKEN VON GLAS

Beim direkten Bedrucken von Glas empfehlen wir, die Flaschen erst zu bedrucken, nachdem sie befüllt, verschlossen und etikettiert wurden. Auf diese Weise werden nur Produkte codiert, die bereits alle Qualitätskontrollen durchlaufen haben. Dadurch wird vermieden, dass Sie Zeit und Geld auf die Codierung von Flaschen verschwenden, die schlussendlich abgelehnt werden. Wir empfehlen zudem die Positionierung eines Luftmessers vor der Codierposition, um vor der Codierung überschüssiges Wasser zu entfernen. Das trifft auch auf Dosen zu.



3. BEDRUCKEN VON DOSEN

Aufgrund der Sicherheits- und Reinigungsfunktionen ist es bei der Codierung von Dosen ratsam, den CIJ-Druckkopf nach unten gerichtet zu platzieren. Da die Codierung normalerweise am Boden der Dosen erfolgt, installieren die meisten Brauereien eine Drehvorrichtung, die die Dosen an diesem Punkt der Produktionslinie auf den Kopf stellt (genau wie ein Drehspüler) und nach der Codierung wieder in die aufrechte Position dreht. Ähnlich wie bei Flaschen empfehlen wir die Codierung der bereits befüllten und verschlossenen Dosen und das Entfernen von überschüssigem Wasser vom Codierbereich der Dose mit einem Luftmesser.

4. SEKUNDÄRVERPACKUNG

Sowohl bei Flaschen als auch Dosen können – unabhängig von der verwendeten Verpackungsmethode (Schrumpffolienverpackungen, braune oder weiße Kartons oder Kartontrays) – die Etiketten angebracht werden, sobald die Produkte verpackt und versiegelt sind.

5. PALETTEN

Nachdem die Paletten eingestrecht wurden, können sie etikettiert werden.

Bier-Codes verstehen

Codetypen

Chargennummer

Diese kann aus dem Herstellungsdatum oder einem anderen internen Code bestehen.

Informationen zum Datum

- Verfallsdatum („Expiry Date“): Hier geht es um Sicherheit. Nicht sehr gebräuchlich für Bier. Es wird verwendet, wenn ein Produkt nach einem bestimmten Datum eventuell nicht mehr für den Verzehr geeignet ist.
- „Öffnen bis“ oder „Verbrauchen bis“ („Enjoy By“ oder „Use By“): Nach Ablauf dieses Datums nimmt die Qualität des Biers rasch ab.
- Mindesthaltbarkeitsdatum („Best Before“): Mit diesem Datum können Sie Ihren Kunden einen Zeitpunkt nennen, bis zu dem Ihr Bier die beste Qualität hat.
- Verkaufsdatum („Display Until“ oder „Sell By“): Dieses Datum richtet sich an Einzelhändler und Verkäufer.
- „Verpackt am“ oder „Hergestellt am“ („Packaged on“ oder „Produced on“): Hier können Sie auch Empfehlungen dazu aufnehmen, wie lange nach dem Herstellungsdatum Ihr Bier noch getrunken werden kann, z. B. „Innerhalb von 40 Wochen nach dem Herstellungs-datum verbrauchen.“

Sonstige Codes

Einige Brauereien verbinden das Datum oder die Charge mit anderen internen Codes, sodass sie nicht immer leicht verständlich sind: „M3701C0405*2“.

Kalender und Codes

A-bis-M-Kalender

Bei diesem Codiersystem wird der Monat mit dem entsprechenden Buchstaben des Alphabets codiert (Januar ist A, Februar ist B etc.). Der Buchstabe „I“ wird dabei ausgelassen (September ist H). Da das System besonders bei kanadischen Bierherstellern verbreitet ist, wird es manchmal „kanadischer Stil“ genannt.

Gregorianischer Kalender

Der gregorianische Kalender ist der international am weitesten verbreitete Kalender. Er basiert auf einem 365 Tage (366 in Schaltjahren) dauernden Jahr, das in 12 Monate unterschiedlicher Länge unterteilt ist. Abhängig von der Region und persönlichen Vorlieben kann das gregorianische Datum aus einer Kombination von Buchstaben und Zahlen oder nur Zahlen bestehen:
Der Tag des Monats, Jahr / Monat Tag Jahr / TT-MM-JJ / MM-TT-JJJJ / TT.MM / JMM / JJJJ-MM-TT etc.

Jahre können als vierstellige Zahl (JJJJ), als zweistellige Zahl (JJ) oder sogar als einzelnes Zeichen (J) angegeben werden. Monate können abgekürzt werden, z. B. „S“, „SEPT“, „SE“ etc. für September. Wie zum Beispiel „S7“ (MJ). Wird ein einzelnes Zeichen verwendet, können einige Brauereien einen anderen als den ersten Buchstaben eines Monats verwenden, um Zweideutigkeiten zu vermeiden, z. B. „R“ für März oder „G“ für August.

Julianisches Datum

Das julianische Datum besteht aus einer Zahl, die einem bestimmten Sonnentag entspricht. Der 1. Januar ist Tag 1 usw.
Beispiel: Tag 126 (6. Mai)

Eingekerbtes Datum

Anstelle eines geschriebenen Codes wird das Datum als gedruckte Abfolge von Monaten dargestellt.

Eine Frage des Stils – hier einige Beispiele:

- Innerhalb von 40 Wochen nach dem Herstellungsdatum 06/05/2018 verbrauchen.
- Öffnen bis 06.05.2018.
- Abgefüllt am 6. Mai 2017.
- BB8126 („Best Before“ + Jahr 2018 + Julianischer Tag) oder 1268 (Tag + Jahr).
- SEPT07 (Monat + Tag).
- Verkaufen bis 050618 (Monat + Tag + Jahr).
- Verpackt F12 (kanadischer Stil).

Kaufen oder leasen

Hauptvorteil

Eigentum

Der offensichtlichste Vorteil beim Kauf von Betriebsausstattung liegt darin, dass Sie Eigentum erwerben, das Sie nach eigenem Ermessen verwenden können.

Nachteile

Höhere Einstiegskosten

Kleinere Unternehmen können es sich eventuell nicht leisten, im Voraus für die Ausrüstung zu zahlen.

Veraltete Technologie

Es besteht immer das Risiko, dass die von Ihnen gekaufte Ausrüstung aus technischer Sicht früher als erwartet veraltet.

Vorteile

Geringere Einstiegskosten

Das Leasing von Ausrüstung wird in der Regel keine Anzahlung erfordern, sodass Sie sofort und ohne große Beeinträchtigung Ihres Cashflows Zugriff auf ein Codiersystem haben.

Flexibler Vertrag

Leasingkonditionen sind oft flexibler als bei Krediten zum Kauf von Ausrüstung. Dies kann sich als äußerst vorteilhaft erweisen, falls Sie längere Zahlungsfristen aushandeln müssen, um Ihre Kosten zu senken.

Stets auf dem neuesten Stand der Technik

Leasing erleichtert es Ihnen, ohne zusätzliche Anschaffungskosten auf die neuesten Modelle umzusteigen. Bei einigen angebotenen Programmen werden Drucker, Services, Ersatzteile und eine 5-jährige Gewährleistung durch einen Pauschalpreis abgedeckt, der über das Betriebskostenbudget finanziert werden kann. Dies macht den gesamten Prozess so stressfrei wie möglich.

Nachteile

Höhere Gesamtkosten

Die Gesamtkosten für das Leasing eines Systems sind höher als für den Sofortkauf.

Kein Eigentum

Sie bauen mit der geleasten Ausrüstung kein Eigenkapital auf.

Vertragliche Verpflichtungen

Sofern Ihr Vertrag keine Stornoregelung enthält, sind Sie dazu verpflichtet, die Kosten für die gesamte Leasingdauer zu begleichen, selbst wenn Sie die Ausrüstung nicht länger verwenden.

Sollte ich meine Ausrüstung also kaufen oder leasen?

Für kleinere Craft-Brauereien ist Leasing eine vernünftige Option. Die Automatisierung von Codier- und Markierprozessen lässt sich damit kostengünstiger angehen. Da Codier- und Markiertechnologien regelmäßig modernisiert werden, um die effizientesten verfügbaren Lösungen zu liefern, funktioniert die Leasingoption gut, da sie das Aufrüsten auf die neueste Technologie vereinfacht. Darüber hinaus ist Leasing eine äußerst attraktive Option, wenn ein Gesamtbetriebskostenmodell verwendet wird, da die notwendigen Wartungsmaßnahmen und die damit verbundenen Ausfallkosten stark reduziert werden.

Codes der Welt [2]

USA

- Name und Marke des Produkts
- Klasse oder Art des Produkts
- Name und Adresse des Abfüllers oder Verpackers
- Name und Adresse des Importeurs, falls importiert
- Ursprungsland, falls importiert
- Alle vorgeschriebenen Etiketteninformationen müssen in englischer Sprache angegeben werden
- Bei Bier muss die Schriftgröße mindestens 2 mm (für mehr als ein halbes Pint – 236,6 ml) bzw. mindestens 1 mm (für ein halbes Pint oder weniger) betragen

Australien

- Name des Produkts
- Chargennummer
- Name und Adresse des Anbieters, falls das MHD weniger als zwei Jahre beträgt
- Hinweise zum Verzehr und zur Lagerung

Russland

- Name des Getränks
- Art des Getränks
- Name und Adresse des Herstellers oder Importeurs
- Ursprungsland
- Herstellungsdatum und Verfallsdatum
- Gegebenenfalls Informationen zur Lagerung und zum Verzehr
- Verweis auf das Konformitätszertifikat für Lebensmittelsicherheit
- Die Etiketten müssen in russischer und in der Originalsprache abgefasst sein

Europäische Union

- Name oder Firmenname und Adresse des Lebensmittelunternehmers
- Ursprungsland, Herkunftsort und ggf. geschützte Ursprungsbezeichnung
- Hinweise zur Lagerung und zum Verzehr, falls erforderlich
- MHD oder Verbrauchsdatum; Getränke mit einem Alkoholgehalt von 10 % oder mehr sind von Letzterem ausgenommen
- Die vorgeschriebenen Angaben müssen in einer für die Verbraucher der Mitgliedsstaaten, in denen das Getränk vermarktet wird, leicht verständlichen Sprache abgefasst sein

Kanada

- Name des Produkts gemäß B.01.001 des kanadischen Lebens- und Arzneimittelrechts
- Firmenname und -adresse
- Ursprungsland
- Haltbarkeitsdatum, falls es weniger als 90 Tage beträgt
- Die Etiketten müssen in beiden offiziellen Sprachen des Landes – Englisch und Französisch – abgefasst sein
- Alle vorgeschriebenen Informationen müssen in einer Schriftgröße von mindestens 1,6 mm gedruckt sein

Mexiko

- Name oder gewerbliches Warenzeichen des Produkts
- Name und Adresse des Herstellers oder Importeurs
- Ursprungsland
- Chargennummer
- Getränke mit mehr als 6,0 % Alkoholgehalt und einer Haltbarkeit von 12 Monaten oder weniger: Datum und Informationen zur Lagerung, falls erforderlich
- Das Etikett muss die vorgeschriebenen Angaben in spanischer Sprache aufweisen

[2] http://www.iard.org/policy-tables/beverage-alcohol-labeling-requirements/

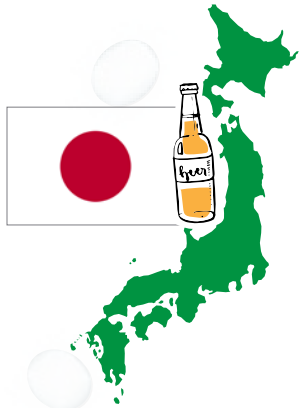
Codes der Welt [2]

MERCOSUR (Paraguay, Brasilien, Uruguay, Argentinien)

- Name des Produkts
- Name und Adresse des Herstellers
- Ursprungsland
- Name und Adresse des Importeurs, falls importiert
- Chargennummer
- Verfallsdatum; Getränke mit einem Alkoholgehalt von 10 % oder mehr sind ausgenommen
- Gegebenenfalls Lagerbedingungen
- Die vorgeschriebenen Angaben müssen in der Landessprache (Spanisch oder Portugiesisch) abgefasst sein, unabhängig von weiteren Informationen in anderen Sprachen
- Buchstaben und Zahlen müssen mindestens 1 mm groß sein; die Angabe des Nettoinhalts ist ausgenommen

China

- Name des Produkts
- Name und Adresse des Herstellers oder Distributors
- Verpackungsdatum
- Informationen zur Haltbarkeit; Getränke mit einem Alkoholgehalt von 10 % oder mehr sind ausgenommen
- Empfohlen: Chargennummer, Hinweise zum Verzehr und Art des Produkts



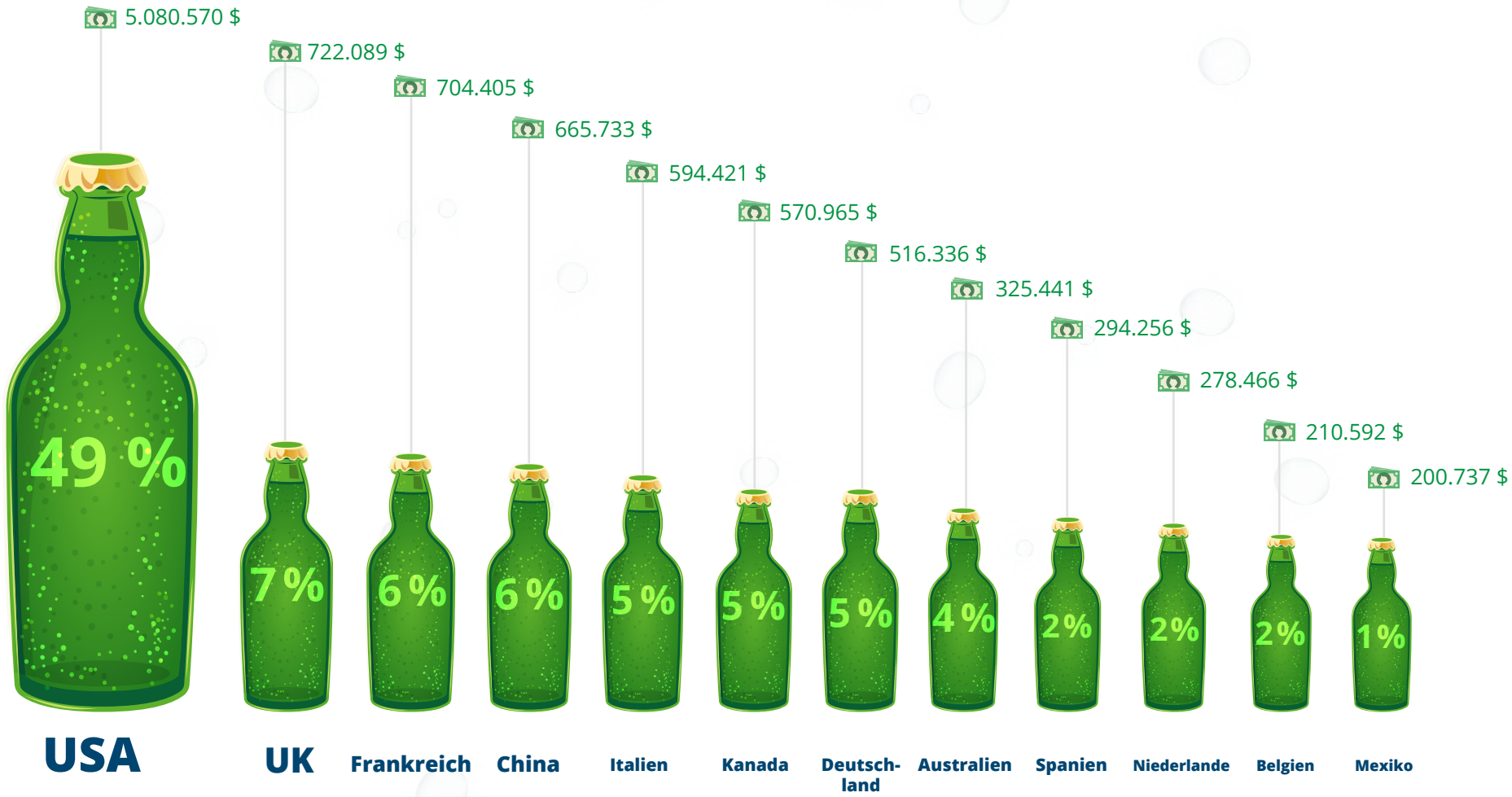
Japan

- Name des Produkts
- Das Wort „importiert“ und das Ursprungsland, falls importiert
- Name und Adresse des Importeurs
- Haltbarkeitsdatum
- Besondere Anweisungen zu Verzehr, Lagerung oder Zubereitung wie vom Ministerium für Gesundheit, Arbeit und Wohlfahrt für das Produkt festgelegt oder sofern das Fehlen dieser Informationen Verwirrung verursachen könnte

[2] http://www.iard.org/policy-tables/beverage-alcohol-labeling-requirements/

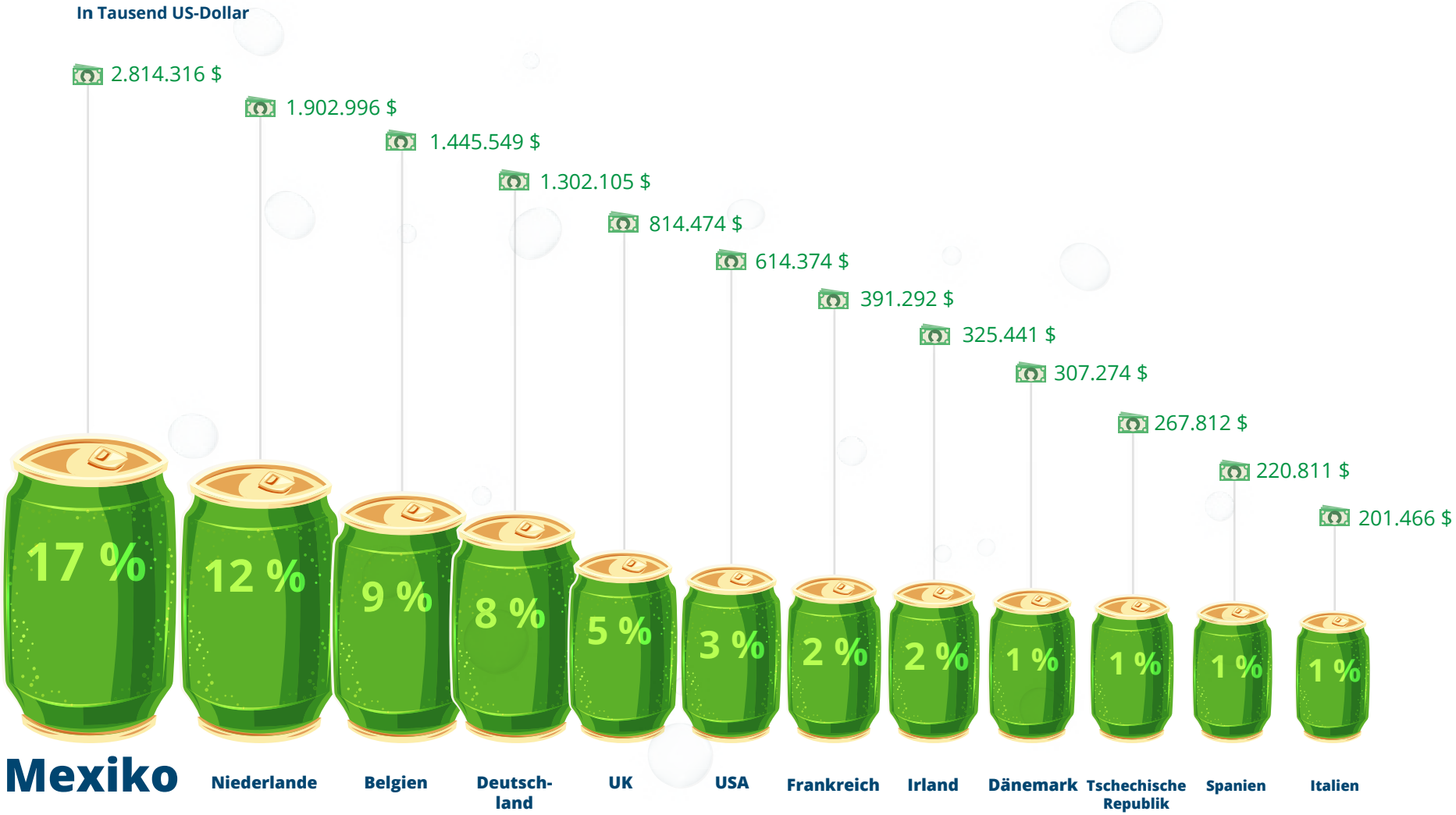
Die größten Importeure [3]

In Tausend US-Dollar



[3] http://www.trademap.org/

Die größten Exporteure [3]



[3] http://www.trademap.org/

Glossar

Rücklaufkompensation

Rücklaufkompensation ist die Fähigkeit, die Richtung der Bewegung der Produktionslinie zu erkennen, sodass das Drucken unterbrochen werden kann, wenn sich die Linie in die entgegengesetzte Richtung bewegt. Danach kann der Druck an der richtigen Stelle fortgesetzt werden.

C & M

C & M ist die Abkürzung für Kennzeichnung und Markierung.

CAS

CAS ist die Abkürzung für Chemical Abstract Service, eine Nummer, mit der Substanzen identifiziert werden.

CIJ

CIJ steht für Continuous-Inkjet-Druck.

GMP

GMP ist die Abkürzung für Good Manufacturing Practice (Gute Herstellungspraxis).

ISO

ISO steht für International Standards Organisation (Internationale Organisation für Normung).

Mikrometer

Ein Mikrometer ist ein Tausendstel eines Millimeters (ein menschliches Haar ist etwa 100 µm dick).

OCC

OCC ist die Abkürzung für Outer Case Coding (Kennzeichnung von Umverpackungen).

OCR

OCR ist die Abkürzung für Optical Character Recognition (Optische Zeichenerkennung) – wird normalerweise für bestimmte Schriftarten verwendet, die nach dem Druck später automatisch gescannt werden sollen (z. B. OCR-A oder OCR-B).

OEE

OEE ist die Abkürzung für Overall Equipment Effectiveness (Gesamtanlageneffektivität).

OEM

OEM steht als Abkürzung für Original Equipment Manufacturer (Erstausrüster).

OSHA

OSHA ist die Abkürzung für Occupational Safety and Health Administration (US-amerikanische Behörde für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz).

Druck-Trigger

Druck-Trigger ist eine Abkürzung für das interne Signal, das den Druckbeginn auslöst.

PALM

PALM steht für Print and Apply (Etikettendruckspender).

QR-Code

QR-Code steht für Quick Response Code und ist ein Warenzeichen für einen Matrix-Barcode, der eine Reihe von Informationen enthalten kann, einschließlich URL, numerische Zeichenketten oder sogar Text.

TTO

TTO ist die Abkürzung für Thermal Transfer Overprint (Thermotransferdruck).

TIJ

TIJ steht für Thermal Ink Jet (Thermo-Inkjet-Druck).

Nützliche Links

Craft Brewing Association

Cetie

Brewers Association

Brewers Of Europe

Sachon

China Beverage Industry Association

Foodbev Media

Beverage Industry

Society of Independent Brewers

Brewing Food Beverage Industry Suppliers Association

Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau

British Bottlers' Institute

Beer And Brewing

Packaging Strategies

Brauwelt International

American Beverage Association

Beverage Marketing

Cision

China Alcoholic Drinks Association

Association of the Beverage Machinery Industry

Brewers Publications

Domino Deutschland GmbH

Haben Sie noch Fragen?

FRAGEN SIE UNS

DOMINO