



Der fünfte in der Runde

Seit Anfang 2016 veredelt elasto form Werbeartikel mit einem UJF-7151 plus. Er ergänzt vier weitere Mimaki-UV-Drucker.

Alles begann 1980 mit dem Fertigen von Spritzgussteilen in der Garage von Gerhard Sperber, dem Gründer von elasto form. Heute deckt das Unternehmen alle Dienstleistungen aus der Welt der Werbeartikel ab – von der Entwicklung und Produktion bis zur Logistik. Mit 13 Standorten und 550 Mitarbeitern weltweit verkauft elasto mehr als 200 Millionen Werbeartikel pro Jahr.

Zu den Dienstleistungen gehört ebenfalls das Veredeln und somit auch das Bedrucken der Werbeartikel. Zunächst geschah das im Sieb- und Tampondruck, doch heute ist in der Firmenzentrale im bayerischen Sulzbach-Rosenberg auch der Digitaldruck ein fester Bestandteil der Produktion. In vier Gebäuden arbeiten hier 240 Mitarbeiter, davon 180 in der Produktion. Alle drei Druckverfahren laufen parallel und stehen für unterschiedliche Anwendungen zur Verfügung. Was den Digitaldruck angeht, hat sich elasto



zum größten Teil auf Mimaki verlassen, was der neueste Maschinenzugang zeigt: Der UJF-7151 plus druckt hier seit Februar dieses Jahres. Es handelt sich um die fünfte Mimaki-Maschine bei elasto: 2011 kam nach der Fespa in Hamburg der erste UJF-3042, von dem es mittlerweile zwei gibt. Es folgten ein 3042 HG und ein 6042.

Typische Objekte, die elasto mit den Maschinen von Mimaki bedruckt, sind flache Kunststoffar-

Der UJF-7151 plus ist die neueste Digitaldruck-Ergänzung bei elasto form.

Der Drucker kommt bei flachen Kunststoffartikeln zum Einsatz.



Das Bestücken der Maschine erfolgt im Nutzen.

Elasto veredelt im Sieb-, Tampon- und Digitaldruck.

tikel, beispielsweise Einkaufschips, Lineale und Eiskratzer. Drei Operateure kennen sich mit den Drucksystemen aus, hinzu kommen sechs Bestücker. Zwischendurch hatte das Unternehmen auch auf eine Jetrix-Flachbettmaschine gesetzt. Allerdings fehlte diesen Maschinen die automatische Höhenüberwachung, die die Mimaki-Maschinen haben. „Bei der Art von Produkten, die wir weiterverarbeiten, können Maß-

toleranzen schon einmal auftauchen“, beschreibt Markus Rösler, Betriebsleiter bei elasto. Zum Bedrucken von Papier sei die Jetrix wirklich gut. Aber eben nicht optimal zum Bedrucken von Werbeartikeln aus Kunststoff.

Alle Mimaki-Maschinen hat das Unternehmen bei DP Solutions gekauft. Der Fachhändler ist zwar nicht der nächste, aber elasto ist mit dem Service sehr zufrieden. Und auch Wolfgang Panter, Gründer und Geschäftsführer des Fachhandlungsunternehmens, macht sich über die geforderte Qualität

keine Sorgen. Immerhin musste bisher nur ein Druckkopf getauscht werden – und das bei einer der beiden ersten Maschinen. Dass sich DP Solutions so sicher ist, liegt auch daran, dass für den 7151 plus insgesamt 11 Service-techniker zur Verfügung stehen. Mimaki schreibt mindestens zwei pro Maschinentyp vor, um sicher gehen zu können, dass die Kunden von den jeweiligen Fachhändlern gut betreut werden.

Wenn es um Large Format Printing geht und um den Vergleich von Sieb- und Digitaldruck, ist klar: Der Digitaldruck ist für die kleineren Auflagen besser als der Siebdruck. Anders beschreibt Markus Rösler die Situation in seinem Unternehmen, was das Be-



Der Showroom von elasto zeigt das breit gefächerte Portfolio.



drucken von Werbeartikeln angeht. Hier gilt: Je kleiner der Artikel, desto besser eignet sich der

Digitaldruck. „Er ist in diesem Fall am kostengünstigsten, da man viele Artikel auf einem Drucktisch unterbringen kann.“ Für einen Auftrag von zum Beispiel mehreren Millionen Einkaufschips wäre somit der Digitaldruck das Verfahren der Wahl. Außerdem steigere die Attraktivität des Digitaldrucks aufgrund des steigenden Zeitdrucks, gepaart mit einem hohen Qualitätsanspruch. ■

Frauke Bollmann
bollmann@wnp.de

www.elasto.de
www.mimaki.de
www.dp-solutions.de

TOLL - WIEDER NICHT DABEI! DEINE NÄCHSTE CHANCE

Car Wrapping-Special in der April-Ausgabe
der WERBETECHNIK

Schick uns gute Bilder von Deinem
coolen Projekt bis zum 31. Januar 2017!

FRAGEN? wraps@wnp.de

