

den. Der Service unterstützte insbesondere ausländische Zulieferer und Kosmetikmarken dabei, Distributoren aus Deutschland, Österreich und der Schweiz zu finden.

Die nächste Cosmetic Business findet 2019 vom 5. bis 6. Juni im MOC München statt. (www.cosmetic-business.com)

Deflaco, Thalwil ZH

Roll-on: Einfachere Technik

Eine brandneue Innovation zeigte Deflaco, Thalwil ZH, an der Cosmetic Business mit dem Quick Snap für Roll-On-Systeme. Bisher wurden Bestandteile für solche Systeme in drei Komponenten angeliefert: Body (Flaschen), Kugel und Fitment. Erforderlich waren dafür ein gut abgestimmter Einkauf, Lagerung der unterschiedlichen Einzelteile und eine intelligente Zuführung auf Spezialmaschinen. Das herkömmliche Roll-On-System wurde in der Produktion mit einem

3in1

Easy + simple
SNAP-ON TECHNOLOGY



Der Quick Snap für Roll-Ons wird geprellt statt geschraubt.

Schraubgewinde zu einer Einheit fixiert. Das Quick-Snap-System von Deflaco verzichtet neu auf ein Gewinde auf der Flasche. «Der Verschluss mit Kugel und Fitment wird nach dem neu entwickelten Prinzip nur noch «aufgesnappt», also geprellt», erläutert Deflaco-Geschäftsführerin Melanie von Escher im Gespräch mit Pack aktuell. Fitment und Kugel sind im Verschluss montiert und werden als Einheit angeliefert; es ist also ein Zwei-Komponenten-System. In einem Arbeitsgang lässt sich dieses einfach zusammenbauen. «Das spart Zeit und Personal in der Abfüllung, da eine Zuführlinie mit Greifsystem wegfällt sowie Kapazitäten in der Logistik», so von Escher.

Mitte Juni 2018 hat Deflaco das Quick-Snap-Prinzip zur Patentanmeldung eingereicht. «Die Technik mit dem Prellverschluss ist ausgereift. Bis Jahresende sollen weitere Stabilitätstests erfolgen, Anfang 2019 wollen wir das Quick-Snap-System dann in den Verkauf einführen», informiert von Escher. Am Messestand sei das System auf reges Interesse bei Fachbesuchern gestossen.

Das neu entwickelte Quick-Snap-System ist auf eine Roll-On-Kugelgrösse von 1.14 Zoll ausgelegt. Mittelfristig sei das System auch auf weitere Kugelgrössen auslegbar. (www.deflaco.ch)

Neopac The Tube, Oberdiessbach BE

Nachhaltige Holztube

Mit der Picea Wood Tube folgt Neopac The Tube, Oberdiessbach, dem Nachhaltigkeitstrend im Kosmetikbereich. An der Cosmetic Business stellte das Unternehmen eine Version der Holztube vor, die noch mehr erneuerbare Materialien im Tubenrumpf und in der Schulter enthält. Das Fichtenholz stammt aus Deutschland und die Tubenoberfläche ist leicht zu bedrucken. Das Material ist recycelbar und lebensmittelecht gemäss der EU-

Verordnung Nr. 10/2011. Geeignet ist die Tube für Naturkosmetik und Hautpflegeprodukte. Erhältlich sind die Tuben in verschiedenen Durchmessern (19/25/30/35/40/50 mm) und einem Füllvolumen von 10 bis 300 ml. Der Kopf besteht wahlweise aus 19–25-mm-Gewinden M11, 30–40-mm-Gewinden M15 oder 50-mm-Gewinden TM22 x 3. Der Verschluss ist aus PP-Material. Dekoration ist im Offset oder Siebdruck nach Kundenwunsch möglich. Eine Lackierung ist nicht erforderlich. (www.neopac.com)



Recycelbar und lebensmittelecht: Die Picea Wood Tube.

Logo-Plastic AG, Pratteln BL

Ovale Form fällt auf am POS

Ein neues Flaschenmodell in modernem Design stellte die Logo-Plastic AG, Pratteln, dem Kosmetik-Fachpublikum in München vor. Die Produktion des Modells «Hohnstein» wurde vor Kurzem im Werk D-Königstein bei Dresden aufgenommen. Ungewöhnlich sind die Masse: Oval, oben ein schmaleres Dreieck, das nach unten breiter wird. Die Vorderseite ist stärker gebogen als die Rückseite. «Eine Flasche muss ja nicht immer gleich aussehen», meint CEO Jürg Lochinger. «So hebt man sich ab im Regal.» Auf Handelsseite sei die Resonanz auf die spezifische Form hervorragend. Im Einsatz zum Beispiel als Seifenspender oder Body-

lotion sehe das sicherlich sehr edel aus. Trotz der ungewöhnlichen ovalen Form passt die Flasche in bestehende Abfüllanlagen. Eine Herausforderung für die Produktion ist auf den unterschiedlichen Vorder- und Rückseiten allerdings die Etikettierung. Das neue Flaschenmodell – eine Entwicklung der Designabteilung der Semadeni Plastics Group in Ostermündigen – wird zunächst als 500-ml-Flasche angeboten. Geplant sind auch kleinere Flaschen.

(www.semadeni.com ; logoplastic.ch)



(Bild: Logo Plastic)

Ovales Flaschenmodell «Hohnstein»

Es bieten sich vielfältige Kombinationsmöglichkeiten beim Inhalt von Tube und Kappe an – zum Beispiel flüssiges Make-up in einer Tube und ein Abdeckstift im Aufsatz mit Steckkappe. Die Kombiverschlüsse können in unterschiedlichsten Farbvariationen, mit oder ohne Glanzeffekte, hergestellt werden.

«Dank der steigenden Nachfrage nach unseren Dienstleistungen und Produkten konnten wir in den vergangenen Jahren durch Investitionen unser Wachstum fördern», informierte Miroslava Mrazova, Sales Managerin bei Ruba Thermoplast AG, im Gespräch mit Pack aktuell am Messestand. Die Wettbewerbsfähigkeit als Schweizer Unternehmen, das rund 90 Prozent seines Umsatzes im europäischen Ausland erzielt und im Jahr 2018 sein 60-jähriges Bestehen feiert, führt sie auf den hauseigenen Formenbau zurück. Neuentwicklungen und Änderungen von Werkzeugformen sowie auch individuelle Kundenwünsche würden so unkompliziert und effizient umgesetzt. (www.ruba-caps.eu)

Ruba Thermoplast AG, Zuzgen AG

Combi-Cap mit Steckkappe

Mehr als 180 verschiedene Tubenverschlüsse bietet die Schweizer Ruba Thermoplast AG mit Sitz in Zuzgen aus eigener Fertigung an. Verschiedene Serien von Schraubverschlüssen für Tubenhersteller der Kosmetikindustrie mit Tubendurchmesser 16–50 mm stellte das Unternehmen erstmals an der Cosmetic Business 2018 aus, darunter den Combi-Cap – einen neuen Kombiverschluss mit einer Steckkappe.

Die Kombiline ist neu in drei Durchmessern 35, 40 und 50 mm erhältlich. Bei den kleineren Durchmessern 22, 25 und 30 mm werden die Schraubkappen in den Materialien K-Resin oder SAN gefertigt. Bei dem neuen «Kombi» wird die Steckkappe aus Polypropylen hergestellt.



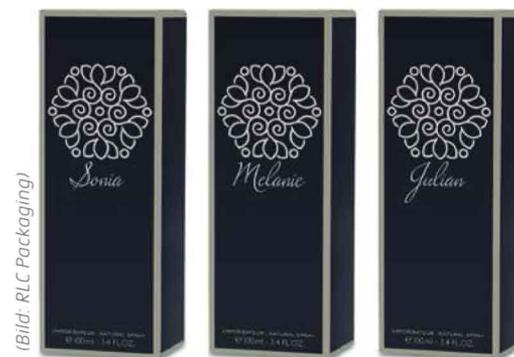
(Bild: zVg)

Kombiverschluss mit Steckkappe aus Polypropylen.

RLC Packaging Group, Köniz BE

Late Stage Customization

Die RLC Packaging Group mit Hauptsitz in D-Hannover und zwei Niederlassungen in der Schweiz in Köniz und Spreitenbach präsentierte an der Cosmetic Business 2018 neuste Konzepte und Technologien für die effiziente Umsetzung von Late Stage Customization und Personalisierung. Durch Late Stage Customization lassen sich im Offsetdruck hergestellte Verpackungen im letzten



(Bild: RLC Packaging)

Im Offsetdruck hergestellte und veredelte Verpackungen werden im letzten Schritt digital veredelt.

Schritt mit individuell angepassten Sleeves, Etiketten oder Eindrucken ergänzen und aufwerten. Dank agiler Wertschöpfungsketten bietet das Unternehmen zudem personalisierte Verpackungen, etwa zu saisonalen Anlässen wie Events oder Online-Promotions. Am Standort D-Aachen verfügt RLC dazu etwa über vier verschiedene Codieretechnologien, um sichtbare und unsichtbare Codes sowie Schriftzüge zu drucken. Neben der Personalisierung ist hier auch die Produktsicherheit ein bedeutender Aspekt: Unsichtbare digitale «Fingerabdrücke» und individuelle Codierungen erleichtern die Echtheitsprüfung von Markenprodukten. (www.rlc-packaging.com)

Michaela Geiger