

Unternehmen der Konsumgüterindustrie optimiert das Farbmanagement mit PantoneLIVE



Die Herausforderung

Eines der größten Unternehmen der Konsumgüterindustrie mit mehreren Marken und Markenmanagern hatte eine eigene Farbbibliothek für sein Markenfarbenmanagement eingerichtet. Das Unternehmen war auf der Suche nach einem Standardverfahren für die Spezifikation, Kommunikation und Verwaltung seiner Markenfarben.

Die Lösung

In Zusammenarbeit mit X-Rite Pantone ordnete das Unternehmen seine Farbbibliothek Pantone-Farben zu und rationalisierte den Farbsatz durch die Ausmusterung von nachweislich sehr ähnlichen Farben und die Aufnahme neuer Farben, wenn keine Pantone-Farbe mit einer gewünschten Markenfarbe übereinstimmte.

Das Ergebnis

Das Unternehmen verkleinerte seine Farbbibliothek von 2.090 auf 1.035 Farben, die bis auf 100 bereits im Pantone-Farbbuch vorhanden waren. Von diesen 100 Farben wurden 60 zusätzlich in die Pantone-Bibliothek aufgenommen; 40 blieben aus verschiedenen Gründen unternehmenseigene Farben. Dieses kostengünstigere Verfahren hat die Farbauswahl und -kommunikation unter den zahlreichen Designern, Agenturen, Markenmanagern und Druckdienstleistern/Verpackungsherstellern des Unternehmens beschleunigt.

Besseres Markenfarbenmanagement

„Wir haben erkannt, dass wir mit unserer eigenen Farbbibliothek das Rad neu erfinden wollten und uns dadurch nicht die Früchte der mehr als 50-jährigen Arbeit von Pantone zur Standardisierung der Farbspezifikation und -kommunikation zunutze machen konnten“, sagte ein Unternehmenssprecher. „Bei jedem neuen Projekt haben wir offenbar eine neue Farbe „erfunden“, was große Unsicherheit innerhalb der gesamten Lieferkette hervorgerufen hat.“

Dieses Problem, mit dem viele Unternehmen der Konsumgüterindustrie zu kämpfen haben, verursacht nicht nur erhebliche Zusatzkosten, sondern zögert auch die Markteinführung neuer Produkte unnötig hinaus. Zudem ist dieses Problem nicht nur auf den Kreativprozess beschränkt, wie die Erklärungen des Unternehmenssprechers bestätigen. Wann immer eine neue Farbe gewünscht wurde, erstellte der Hauptfarbhersteller des Unternehmens die Rezeptur, die dann einen Genehmigungsprozess durchlaufen musste und auf ihre Eignung getestet wurde. Beispielsweise eine Farbe, die aus Sicherheitsgründen mit Babyhaut oder Lebensmitteln in Kontakt kommen dürfte. Dieser kosten- und zeitaufwändige Prozess konnte höhere Entwicklungskosten und eine verzögerte Markteinführung der Produkte zur Folge haben. Außerdem war die Kommunikation dieser Markenfarben innerhalb der Produktionslieferkette mit Schwierigkeiten verbunden. „Wir hatten eine Online-Plattform, über die unsere Druckdienstleister und Verpackungshersteller physische Proben anfordern konnten, um sicherzustellen, dass sie die Kundenerwartungen erfüllen würden. Der Kostenaufwand für jede Probe bezifferte sich auf ca. 25 USD – eine erhebliche Summe pro Jahr, wenn man diesen Betrag mit der Anzahl der jährlich angeforderten Proben multipliziert. Obwohl unser Farbhersteller zuverlässige Arbeit bei der Erstellung dieser physischen Drawdowns (Eichfarben) leistete, gab es manchmal leichte Farbabweichungen zwischen einzelnen Proben, die sich auch auf den Druck auswirken konnten. Wir wollten diese eigenen Drawdowns abschaffen und die Farbpräzision innerhalb der gesamten Lieferkette verbessern.“

Daher beschloss das Unternehmen, diese Probleme in Zusammenarbeit mit X-Rite Pantone aus der Welt zu schaffen und die Entwicklung, Kommunikation und Verwaltung seiner Markenfarben zu optimieren.

Rationalisierung der Farbbibliothek

Bei der Rationalisierung wird die gesamte Farbbibliothek analysiert. Farben, die so winzige Variationen aufweisen, dass sie quasi identisch sind, werden zusammengeführt. Dann wird der kleinere Farbsatz den Standardfarben des Pantone® Matching System (PMS) und auch den abhängigen PantoneLIVE-Referenzfarben zugeordnet. Individuelle Markenfarben, die sich nicht den PMS-Farben zuordnen lassen, können in die PantoneLIVE-Bibliothek für eine bestimmte Marke aufgenommen werden.

„Der erste Schritt unserer Zusammenarbeit mit diesem Unternehmen bestand darin, die Digitalwerte für die etwa 2.090 Farben zu ermitteln, die in seinen physischen Farbbibliotheken gespeichert und deren physische Drawdowns in Mappen aufbewahrt waren“, so Brian Ashe, Lösungsarchitekt von X-Rite Pantone und verantwortlicher Leiter für dieses Projekt. „Dann haben wir die einzelnen Spektralwerte Pantone-Farben zugeordnet. Laut Anforderung des Kunden durfte der Farbabstand max. 2 Delta E betragen. Auf Basis der Digitalwerte konnten wir die Kundenfarben Pantone-Farben zuordnen und so die Anzahl der Farben um 33 % verringern. In einem Fall gab es beispielsweise 28 nahezu identische Weißtöne, die verschiedene Markenartikler und Designer kreiert hatten, statt in den Drawdown-Mappen nach einer möglichst ähnlichen Farbe zu suchen – ein zeitaufwändiger Prozess. Für sie war es offenbar einfacher, eine neue Farbe zu benennen.“

Die Zuordnung der kundeneigenen Farben zu Pantone-Farben konnte zu drei Ergebnissen führen:

1. Bei guter Übereinstimmung zwischen einer kundeneigenen und einer Pantone-Farbe wurde die Pantone-Farbe als Ersatz genehmigt.
2. Stimmt keine Pantone-Farbe innerhalb des zulässigen Delta E mit der kundeneigenen Farbe überein, dann wurde die Änderung einer kundeneigenen Farbe vom Markenmanager abgelehnt. In etwa 100 Fällen wurde eine neue Pantone-Farbe kreiert. Davon wurden 60 als Pantone-Standardfarben in die Pantone-Bibliothek importiert, während 40 unternehmenseigene Farben blieben.
3. Wenn eine kundeneigene Farbe nicht mit der Pantone-Farbe übereinstimmte, die Entscheidungsträger der Pantone-Farbe jedoch den Vorzug gaben, dann wurde die Pantone-Farbe als Ersatz genehmigt.

Farben wurden durch Vergleich der Druckbeispiele für alle Farben und der Farbbücher des Unternehmens mit den Pantone-Farbfächern unter kontrollierten Lichtbedingungen abgemustert.

Neben der Farbzuoordnung und -rationalisierung zur Verkleinerung der Bibliothek ermöglichte das Unternehmen außerdem allen Stakeholdern, die auf seine Farben zugreifen mussten, den Zugang zu PantoneLIVE. PantoneLIVE ist ein cloudbasiertes Portal zur Verwaltung und Bereitstellung von Farbressourcen für Verpackungen für mehrere Standorte oder Benutzer. Es umfasst Masterstandards, d. h. die Spektralwerte oder DNA einer bestimmten Farbe. PantoneLIVE optimiert die Farbspezifikation mit einigen abhängigen Standards, auf deren Basis Anwender prüfen können, ob sich die von ihnen ausgewählte Farbe mit dem vorgesehenen Druckverfahren und Farbensystem tatsächlich auf dem gewünschten Substrat erzielen lässt. Da die Farbspezifikation häufig vom Masterstandard abweicht, muss die Farb Rezeptur an das Substrat angepasst werden. So sieht eine Farbe auf strahlend weißem Karton nun einmal anders aus als auf braunem Kraftpapier.

Außerdem erhielten die Designer Zugang zu PantoneLIVE Visualizer, einer App, mit der sie virtuell sehen können, wie eine bestimmte Farbe auf verschiedenen Bedruckstoffen und unter verschiedenen Lichtbedingungen wirkt.

Überzeugung der Druckdienstleister und Verpackungshersteller

Nach der Farbauswahl und Optimierung der Farbspezifikation galt es, die zahlreichen Druckdienstleister und Verpackungshersteller des Unternehmens besser und präziser über seine Farbanforderungen zu informieren. „Zur genauen Bestätigung der Farbanforderungen mussten unsere Druckdienstleister und Verpackungshersteller früher die physischen Drawdowns anfordern, was (für das Unternehmen) sehr zeit- und kostenaufwändig war“, erklärte der Unternehmenssprecher. „Um dieses Verfahren zu beschleunigen und eine wirklich verlässliche Farbgebung zu erzielen, wollten wir die Farbkommunikation digitalisieren. Ein Grund für unseren Handlungsbedarf bestand darin, dass ein sehr hoher Prozentsatz der Produktion außerhalb unserer Toleranzen lag. Daher waren wir davon überzeugt, dass sich dieser Missstand durch die Umstellung der Bibliothek auf Pantone-Referenzen und die digitale Farbkommunikation über PantoneLIVE erheblich verringern ließe.“

Im Rahmen eines Pilotprojekts legten die Zulieferer des Unternehmens Proben aus einem typischen Druckmaschinenlauf vor. „Wir haben erhebliche Probleme festgestellt“, so Ashe. „Bei einer Zahnpastatube lag der Farbabstand beispielsweise zwischen 2 und 12, bei einem Delta E von durchschnittlich 5 und einer Standardabweichung von Delta E 2. Diese Werte lagen eindeutig außerhalb des festgelegten Toleranzbereichs.“

Den Zulieferern wurden digitale Referenzen bereitgestellt, auf deren Basis sie Farbmessungen vornehmen konnten. Im Ergebnis lag der Farbabstand zwischen 0,5 und 2 Delta E, durchschnittlich bei 0,98, und einer Standardabweichung von 0,2 Delta E. „Dadurch hat sich die Qualität um das 10-Fache wirklich deutlich verbessert“, fügte Ashe hinzu.

Laut Aussage von Ashe haben Druckdienstleister weiterhin mit physischen Pantone-Referenzen gearbeitet, doch angegeben, dass die Werte, mit denen die Messdaten verglichen werden sollten, digital waren. „Physische und digitale Referenzen sind ein wichtiger Bestandteil des Prozesses“, sagte er. „Sie ergänzen einander. Der große Vorteil dieses Programms bestand darin, dass Druckdienstleister und Verpackungshersteller Pantone-Standardfarbfächer bei Bedarf als physische Referenzen verwenden konnten, wodurch sich die Erstellung physischer Drawdowns erübrigte. Außerdem war die Anzahl von 40 kundenspezifischen Farben klein genug, sodass sich problemlos eine vollständige Palette der physischen Farbmuster erstellen und verteilen ließ.“

Standardarbeitsanweisungen (SOPs)

Nach dem erfolgreichen Verlauf des Pilotprojekts begann das Unternehmen mit der Umsetzung dieses Verfahrens in seiner globalen Lieferkette. „Infolgedessen haben wir jetzt einige Standardarbeitsanweisungen, nutzen das Farb-Know-how von X-Rite Pantone und konnten unsere Qualität deutlich verbessern. So konnten wir die Markteinführung beschleunigen und unsere Kosten verringern. Wenn Pantone seine Bibliotheken erweitert, stehen uns noch mehr Farben zur Verfügung, wobei wir bei Bedarf immer noch eigene Farben kreieren können. Unter dem Strich eine deutliche Qualitäts- und Effizienzsteigerung, die wir ohne die Hilfe von X-Rite Pantone wohl nicht erreicht hätten“, so das Fazit des Unternehmenssprechers.