



JAHRG. 1, AUSGABE 1 Juni 2016

# CMYK-DIGITALDRUCK AUF GETRÄNKE-VERSCHLÜSSEN MIT „REDCUBE PLUS“

Das neueste UV-DOD-Druckmodul von Hapa – „redcube plus“ – ist das Herzstück der Verschluss-Digitaldrucklösung (CLDP – Closure Digital Print) von IMDVista, einem Novum am Markt für Getränkeverschlüsse. Es liefert – mit einer beachtlichen Geschwindigkeit von bis zu 1.500 Stück pro Minute – vollfarbig gedruckte Grafiken und Texte in CMYK plus Weissdruck.

Der digitale Direktdruck auf Verschlüsse ist eine neuartige Anwendung. Er eröffnet zum einen vielfältige Möglichkeiten für den Einsatz mehrfarbiger und farbig schattierter Designs. Zum anderen bietet er im Vergleich mit Tampon- und Analogdruckmethoden Vorteile wie die Erhöhung der Produktionsflexibilität, massgebliche Reduzierung der Umrüstzeiten und Beschleunigung der Durchlaufzeiten. Produzenten können nach der Freigabe des Entwurfs direkt zum Druck übergehen und sparen sich so komplexe, kostenintensive und zeitaufwändige Prozesse.

Das neue mit dem digitalen Druckmodul „redcube plus“ ausgestattete CLDP-System von IMD Ltd. – einem exklusiven Vertriebspartner von Hapa – bedruckt Getränkeverschlüsse mit bis zu sieben Farben, Spotfarben oder CMYK plus Weiss in einer Druckauflösung von 720 dpi.

## „redcube plus“ – das Herzstück des CLDP-Systems

Der kompletten Getränkeverschluss-Drucklösung von IMDVista geht ein Wasserfall-Sortierer mit Bunker, flexiblen Führungskanälen und einer Abstandseinheit voraus. Die kombinierte IMDVista-Hapa-Drucklösung ist in einem separaten Modul untergebracht. Sie beginnt mit einer Vorbehandlungsstation, mit der solide Druckergebnisse sichergestellt werden. Ihr Herzstück ist das UV-DOD-Piezo-Inkjet-Druckmodul „redcube plus“. Es verfügt über einen Upgrade-Pfad von einfarbigem Druck bis hin zu CMYK plus Weiss und ist damit flexibel skalierbar. Das System arbeitet mit von Hapa Ink hergestellten UV-Tinten, die lösungsmittelfrei und konform mit der Positivliste von Nestlé sind.

Alle Texte und Grafiken werden in einem einzigen Arbeitsgang mit einer beachtlichen Geschwindigkeit von bis zu 1.500 Stück pro Minute abhängig von der Verschlussgrösse gedruckt. Direkt im Anschluss wird die Tinte per LED gehärtet, worauf die bedruckten Verschlüsse ein integriertes IMDVista-Druckprüfsystem durchlaufen.

Eine automatische Ausschussstation bläst alle Artikel mit Fehldruck aus der Produktionslinie hinaus. Komplettiert wird das Druckmodul durch eine automatische Probenentnahmestation, die es dem

Bediener ermöglicht, jederzeit Proben zu ziehen. Die Datenübertragung für das System erfolgt vollständig digital. Druck und Prüfung werden über eine einzige HMI (Mensch-Maschine-Schnittstelle) gesteuert, wodurch digitale Produktwechsel vereinfacht werden. Die Verwaltung von Druckaufträgen und das Erstellen einer Druckhistorie sind im Funktionsumfang enthalten.

## Besonders einfache Anwendung

Das UV-DOD-Druckmodul „redcube plus“ ist für exakte, zuverlässige und hochwertige Druckergebnisse konzipiert und kann vom Anlagenpersonal einfach bedient werden. Die Reinigung der Druckköpfe und die Tintenspülung sind automatisiert, um Ausfallzeiten auf ein Minimum zu reduzieren. Die Tintentanks sind einfach zu erreichen und können während des Drucks aufgefüllt werden. Das Druckmodul passt sich automatisch an die Höhe des Getränkeverschlusses an.

*Fortsetzung auf Seite 2*



Das UV-DOD-Druckmodul „redcube plus“ druckt in bis zu sieben Farben, Spotfarben oder CMYK plus Weiss direkt auf Getränkeverschlüsse.

## WILLKOMMEN BEIM HAPA „INSIDER“



Mit grosser Freude und Stolz möchte ich Ihnen das neue Hapa-Magazin „Insider“ vorstellen. Inspirieren liessen wir uns von den weltweiten Aktivitäten unserer Kunden und unserer Interaktion mit ihnen. Die Welt, in der Hapa tätig ist, ist schnelllebig und facettenreich. Die Bedingungen, mit denen unsere Kunden konfrontiert sind, sind schwierig und anspruchsvoll. Wir möchten

unsere Leidenschaft dafür, Drucklösungen an diese schwierigen Spezifikationen und Zeiten anzupassen, gerne mit anderen teilen.

Zurzeit sind wir in ganz China unterwegs, um die Drucktechnologien von Hapa einem spannenden neuen pharmazeutischen Markt vorzustellen. Unser Serviceteam ist dabei, einen kundenorientierten Service umzusetzen, der zu einem vorausschauenden Support führen soll. Und die Ingenieure von Hapa entwickeln innovative Technologien und neuartige Anwendungen, um Lean-Möglichkeiten im Bereich herausragender Verpackungslösungen zu schaffen.

Der „redcube plus“ beschreitet neue Wege, eröffnet neue Geschäftsmöglichkeiten und bringt „Swissness“ als Herzstück in jede Partnerlösung. Treffen Sie zwei engagierte Mitarbeiter und bekommen Sie ein Gefühl für

die Begeisterung, mit denen sie an Projekten arbeiten – alles für den Dienst am Kunden.

Projekte, Innovation und Welten voller Möglichkeiten – die gemeinschaftliche Realisierung von Träumen und Visionen entfacht unseren gemeinsamen Enthusiasmus und unsere Begeisterung für Präzisionsprodukte, Leistung und Service.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Beat Rupp  
Chief Executive Officer  
Hapa AG

## INHALT

- CMYK-Digitaldruck auf Getränkeverschlüssen mit „redcube plus“
- Aus Aftermarket wird Services
- Unterwegs in China
- Hapa-Lean-Veranstaltungen
- Hapa auf der Pack Expo 2016
- Ein Tag im Leben von ...
- Swissness
- Messen & Veranstaltungen 2016

**Fortsetzung von Seite 1**

Der innovative und skalierbare „redcube plus“ von Hapa bietet digitalen Direktdruck – bedarfsgerecht und in höchster Druckqualität. In Zusammenarbeit mit IMDvista wurde eine schnelle, extrem flexible und

einfach zu bedienende Produktionslinie erschaffen; eine Entwicklung bei der immer der Erfolg des Kunden im Vordergrund stand.



Spannende schweizerische Partnerschaft: Der „redcube plus“ ist das Herzstück der Verschluss-Digitaldrucklösung (CLDP – Closure Digital Print) von IMDvista.

**Neue Chancen**

Die Flexibilität des digitalen Direktdrucks auf Getränkeverschlüssen eröffnet Unternehmen neue Möglichkeiten, die Markenwahrnehmung zu verstärken. Digitaldruck hat sich am Markt dadurch bewährt, dass er eine effiziente und effektive Kommunikation ermöglicht. Er kann auch auf anderen Objekten, wie z. B. formstabilen Kunststoffbehältern, Kronkorken aus Metall oder anderen Teilen mit glatter Oberfläche, angewendet werden. Aufgaben, die der „redcube plus“ ganz einfach erledigt. Produkte können so spät wie möglich im Produktionsprozess individualisiert werden, was neue Möglichkeiten für die Personalisierung von Produkten sowie für Produktneueinführungen oder saisonale Produkte und Kampagnen eröffnet.

**Eine spannende schweizerische Partnerschaft**

Hinter der Entwicklung der CLDP-Linie steht eine spannende Partnerschaft zwischen zwei schweizerischen Marktführern – IMD, einem Produzenten von Inspektions- und Handhabungssystemen, und Hapa. Die Partner, deren Unternehmen sich in unmittelbarer Nachbarschaft befinden, bieten Kunden den Vorteil, sich mit Vertretern beider Unternehmen zusammensetzen zu können, um Lösungen auf neue Marketingparameter zuzuschneiden. Beiden Partnern sind eine ähnliche Kultur und ihr Stolz auf die „Swissness“ gemein. Dies ist die Basis für hochqualitative, zuverlässige Innovationen und eine fachmännische Ausführung der Produkte.

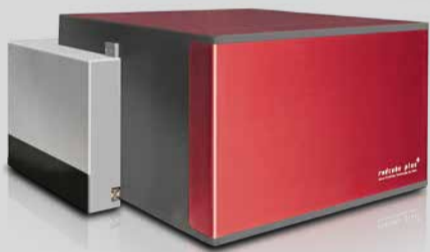
Sehen Sie die CLDP mit integriertem „redcube plus“ in Aktion.



YouTube

**„redcube plus“**

Der „redcube plus“ ist ein skalierbares UV-DOD-Inline-Druckmodul, das auf den exakten und zuverlässigen Druck mit bis zu 720 dpi auf unbedruckte oder vorbedruckte Substrate ausgelegt ist – On-Demand und just-in-time. Der Upgrade-Pfad von einfarbigem zu mehrfarbigem Spotfarben- oder CMYK-Druck ist einfach. Durch UV-Pinning ist der Druck von Weiss und/oder Farbe auf Farbe möglich.

**Die wichtigsten Vorteile**

- Kurze Umrüstzeiten zwischen den Aufträgen durch vollständig digitale Datenübertragung
- Robuste und bewährte UV-DOD-Piezo-Inkjet-Technologie
- Vollständig automatisierte Druckkopfwartung und Druckkopfspülung (konservierend)
- Drei Footprint-Versionen zur Erfüllung individueller Anforderungen
- Skalierbar von 1 bis 7 Spotfarben oder von Spotfarben- zu CMYK-Druck bzw. CMYK-Druck mit 3 Spotfarben
- Skalierbare maximale Druckbreite von 72 bis 144 mm
- Skalierbare Druckauflösung von 360 bis 720 dpi
- Pinning-Stationen für Farbe-auf-Farbe- oder Weissdruck erhältlich

# AUS AFTERMARKET WIRD SERVICES

Die Hapa-Abteilung Aftermarket hat kürzlich durch die Umbenennung in „Services“ ihre kundenorientierte Umstrukturierung gestartet. Das allgemeine Ziel ist es, B2B-Prozesse zu vereinfachen und gleichzeitig Serviceverfügbarkeit und Reaktionszeiten zu verbessern.

Um engere Beziehungen zu lokalen Partnern zu pflegen, hat Hapa Services eine regionale Organisationsstruktur geschaffen und mit der Umsetzung einer Strategie zur Steigerung der Kundenzufriedenheit begonnen. Damit ist die Abteilung nun besser aufgestellt, um die Maschinenverfügbarkeit zu optimieren und so höchste Produktions- und Prozesszuverlässigkeit zu gewährleisten und gleichzeitig die Lebensdauer der Maschine zu verlängern. Im Implementierungsplan enthalten ist ein auf Kundenbedürfnisse zugeschnittenes Produktprogramm aus technischen Upgrades und Servicepacks.

Es gibt zwei Teams, Product Life Cycle und Consumables, die für das Teile-, Service-, Tinten und Klischeeangebot von Hapa zuständig sind. Bereits für gegenwärtig laufende Projekte wird ein weltweiter, rund

um die Uhr verfügbarer First-Level-Support eingeführt, durch den die Reaktionsfähigkeit von Hapa verbessert werden soll. Ziel ist es, Services bis 2020 zu einer proaktiven und letztlich vorausschauend arbeitenden Organisation zu machen.

Wir haben Christine Dischö Ferrer, Supervisor Product Life Cycle, gebeten, uns mehr über die Hintergründe des Projekts zu berichten:

**Christine, können Sie das Projekt „Services 2020“ erläutern?**

„Services 2020“ ist ein kundenorientiertes Projekt zur Verbesserung der Verfügbarkeit und der Reaktionszeiten von Hapa. Unser Schwerpunkt lag schon immer beim Kundendienst, aber dank unserer verbesserten regionalen Organisation und unseres aktiven Produktmanagements rücken wir enger an unsere Kunden heran, um ihre Bedürfnisse besser zu verstehen und Mehrwertlösungen schneller liefern zu können.

**Worin liegt der Mehrwert für Hapa-Kunden?**

Hapa ist darum bemüht, seine Produkte und Services besser an die Ziele der Kunden anzupassen, zum Beispiel keine ungeplanten Ausfallzeiten an

der Produktionslinie. Anstehende Projekte umfassen ein strukturiertes Fallmanagement und schlankere Betriebsabläufe. Unser weltweiter rund um die Uhr verfügbarer First-Level-Support wird dazu beitragen, dass unsere Abläufe nicht mehr reaktiv, sondern proaktiv sind und zu einem vorausschauenden, wissensbasierten Service führen.

**Was begeistert Sie am meisten an „Services 2020“?**

Die Nähe zu den Kunden – wir werden einen effizienteren Informationsaustausch mit unseren Kunden haben, genau wissen, wie die regionalen Bedürfnisse und Trends sind, und welche Produkte und Services am besten zu den Anforderungen unserer Kunden passen.

**Welche persönlichen Ziele verfolgen Sie mit dem Projekt?**

Enge Zusammenarbeit mit den regionalen Führungskräften und Optimierung des Informationsaustauschs zwischen unserem Product-

Life-Cycle-Team und unseren Partnern und Endkunden. Insbesondere möchte ich sicherstellen, dass unsere Produkte von unseren Fachleuten richtig verstanden werden und dort angewendet werden, wo sie am sinnvollsten sind. Der Lohn für meine Bemühungen ist der steigende Kundennutzen.

Christine Dischö Ferrer,  
Supervisor Product Life Cycle

**Kundenorientierte „Services 2020“ auf den Punkt gebracht**

- Speziell für lokale Services und Support zuständige Teams. Globale Know-how-Vernetzung
- Verbesserte Teileverfügbarkeit
- Weltweiter rund um die Uhr verfügbarer First-Level-Support, einschliesslich kürzerer Reaktionszeiten

# SCHWEIZERISCHE DRUCKLÖSUNGEN UNTERWEGS IN CHINA

Das Mobile Technology Center (MTC) von Hapa brachte leistungsstarke Möglichkeiten schlanker Inline-Verpackungsbedruckungslösungen direkt zur Changhai Biological Company, einer Tochtergesellschaft der Zhejiang Medicine Co., LTD. Ausgestattet mit einem UV-Flexo-EasyFlex und einem 230-Hybriddrucksystem, fuhr das MTC auf den Parkplatz von Zhejiang Medicine in Zhejiang (China), wurde an den Stromgenerator angeschlossen und alle Systeme an Bord waren in weniger als einer Stunde einsatzbereit.

Das MTC von Hapa machte sich am 16. März auf den Weg zur Changhai Biological Company in Zhejiang (China), um die Lean-Verpackungsverarbeitung am wichtigen und expandierenden chinesischen Pharmamarkt vorzustellen.

Nachdem das MTC geparkt und an das Stromnetz angeschlossen worden war, begrüßte das China-Team von Hapa und Coesia seine Gastgeber an Bord des eleganten und modernen 40-Fuss-Frachtcontainers. Der EasyFlex druckte Schwarz auf Blisterfolie und der 230 Hybrid Schwarz und Rot auf Blisterfolie und stellten so die einfache Bedienung und Flexibilität schweizerischer Drucklösungen unter Beweis. Der Hybrid, ein Hapa-Bestseller, kombiniert UV-Flexo- und UV-DOD-Druckmodule zu einem flexiblen und effizienten System. Die optische Inspektion im MTC wurde durch zwei Laetus-Systeme demonstriert.

## Ursprünge der europäischen Roadshow von Hapa

Die Idee für eine Roadshow in China geht auf Erfahrungen zurück, die Hapa dabei gemacht hat, Drucklösungen in ganz Europa auf die Strasse zu schicken. Die meisten potenziellen Kunden und deren Mitarbeiter haben nicht die Gelegenheit oder die Zeit, zu Messen zu reisen, geschweige denn Hapa in der Schweiz zu besuchen. Daher werden die Möglichkeiten des Inline-Verpackungsdrucks zu den Kunden gebracht.

## Zusätzliche Vorteile

Ein zusätzlicher Vorteil von Roadshows ist, dass die Robustheit der Hapa-Technologien demonstriert werden kann. Kunden ist bewusst, welche Belastung stundenlange Fahrten für ein System darstellen können. Hier erleben sie nach einer kurzen Einrichtungszeit aus erster Hand, wie die Maschinen im MTC funktionieren und laufen. Sehr geschätzt wird auch, dass ein Vertriebsteam die Systeme bedient und damit bestätigt, dass Hapa-Technologien bedienerfreundlich sind. Zahlreiche Vorteile, die die Kunden vor Ort überzeugen.

## Besuchsplanung

Das MTC ist seit Mitte April unterwegs. Erste Stationen an verschiedenen Standorten in der Provinz Zhejiang sind auf lebhaftes Interesse gestossen. Termine bei weiteren Unternehmen mit Standorten in den Provinzen Jiangxi, Hubei und Jiangsu haben bereits stattgefunden oder werden noch stattfinden.

## Erste Präsentation des Mobile Technology Center (MTC)

Im vergangenen November machte das MTC bei seiner ersten Präsentation als Höhepunkt des „Global Pharma Packaging Trend Seminars“ bei Coesia China in Suzhou grossen Eindruck.

[Schauen Sie sich die mitreissende Enthüllung an.](#)



YouTube



Hapa bringt die Lean-Verpackungsverarbeitung zu Kundenstandorten in China



Zhejiang Medicine Co., LTD. Die Changhai Biological Company, der stolze Gastgeber der ersten Station des MTC

# HAPA LEAN-VERANSTALTUNGEN

Hapa lädt zu Veranstaltungen ein, bei denen die Lean-Transformation von Verpackungsprozessen im Mittelpunkt steht. Zwei auf Kunden ausgerichtete Veranstaltungen sind für September und November 2016 in Indien und in der Schweiz geplant.

Die Veranstaltungen werden technische Vorführungen, Informationen und einen Ort des Dialogs bieten und sich auf die Lean-Transformation von Verpackungsprozessen konzentrieren. Gastredner werden über die Komplexitätstreiber in der Produktion und bewährte Methoden sprechen sowie Fallstudien und Analysen präsentieren. Auf den Veranstaltungen im September in Indien werden die Coesia-Gesellschaften FlexLink, Anbieter automatisierter Förderbandanlagen, und Norden, Anbieter von Tubenfüllsystemen, gemeinsam mit Hapa ausstellen. Die Veranstaltung im November wird in den Betriebsräumen von Hapa stattfinden und einen Blick auf die neuesten Technologien sowohl für die Pharmaindustrie als auch die

Branche der schnelllebigen Konsumgüter (FMCG) beinhalten.

Das Interesse an Lean-Grundsätzen als strategisches Ziel ist im Laufe der vergangenen zehn Jahre innerhalb der Pharmaindustrie und des FMCG-Sektors dynamisch gewachsen. Gemeinsam mit seinen Kunden hat Hapa erfolgreiche Methoden unterstützt und wertvolle Einblicke gewonnen. Diese Veranstaltungen bieten eine hervorragende Plattform für den Austausch von Erfahrungen und Ideen. Im letzten Jahr startete Hapa seine Serie von Lean-Veranstaltungen mit einer Hausmesse für deutschsprachige Kunden.

## HAPA AUF DER PACK EXPO 2016

**Weltpremiere in Chicago: BlisterJet-CMYK von Hapa 6. – 9. November 2016**

Die Pack Expo ist Vorreiter der Verarbeitungs- und Verpackungsveranstaltungen in Nordamerika – und darüber hinaus. Die Pläne, der Pack Expo etwas Farbe zu verleihen, sind in vollem Gang. Hapa wird seinen BlisterJet-CMYK in Chicago erstmals vorstellen.

Der spezielle Blisterverpackungsdrucker ist ideal für die Late-Stage-Customization-Produktion. Er basiert auf UV-DOD-Piezo-Inkjet-Technologie und liefert so präzise und zuverlässige Druckergebnisse bei CMYK- oder 4-Spotfarben-Anwendungen.

Besuchen Sie uns – es wird sich für Sie lohnen.



# EIN TAG IM LEBEN VON ...

Kundendiensttechniker Josue Espinoza begeistert Kunden ebenso wie Kollegen mit seiner positiven Einstellung und der stetigen Bereitschaft mehr zu tun, um die Systeme von Hapa in bestem Zustand zu halten.

Josues Woche beginnt am Freitag, wenn er sich seinen Zeitplan für die bevorstehende Woche ansieht. „Ich schaue mir an, wohin ich reisen werde – nach Spanien oder Deutschland, nach Italien oder in die Slowakei“, sagt er. „Üblicherweise reise ich von Montag bis Freitag.“ In seltenen Fällen verbringt er einen Tag bei Hapa und unterstützt die Schulung eines Kunden. Er lächelt. „Ich mag die Tage, die ich bei Hapa verbringe. Ich gehe während der Mittagspause nach Hause und sehe meine Frau und meine zwei Töchter.“

### Ein Beginn in Mexiko

Josue arbeitet an allen Hapa-Systemen. „Ich bin schon so lange bei Hapa!“, sagt er mit einem Grinsen. Er hat bei Hapa México – jetzt Coesia México – angefangen, nachdem er sein Ingenieurstudium im Bereich der Steuerung und Automatisierung am Instituto Politécnico Nacional in Mexiko City, einer der grössten Universitäten des Landes, abgeschlossen hatte. Mittlerweile ist er seit fünfzehn Jahren bei Hapa, davon die letzten drei in der Schweiz. „Meine Frau und meine Töchter sprechen Deutsch und die

Mädchen sprechen sogar den lokalen schweizerdeutschen Dialekt.“

### Ein typischer Kundenbesuch

Neunzig Prozent der Arbeitsaufträge von Josue beinhalten Flugreisen. Ein typischer Kundenbesuch dauert drei Tage. „Durch die häufigen Änderungen meines Zeitplans in letzter Minute habe ich gelernt, mein Hotelzimmer erst am Abend vor meinem Abflug und nicht früher zu buchen.“ Gleich nach der Ankunft verwendet er Zeit darauf, die Bediener, die Produktionslinie und das Drucksystem des Kunden kennen zu lernen. Sie besprechen die Gründe seines Besuchs – entweder Anpassungen an einer Maschine vorzunehmen oder Wartungsarbeiten daran auszuführen. Am zweiten Tag macht sich Josue an die Arbeit. „Ich versuche, meine Arbeit am zweiten Tag fertigzustellen, damit ich den dritten Tag für eine Auffrischung der Maschinenschulung nutzen kann“, sagt er. „Oft geben mir auch die Bediener Feedback zum Betrieb eines Hapa-Systems und tragen damit zu meinem Wissen über die Maschine bei.“ Er schätzt Wechselbeziehungen. „Ich lerne so viel, indem ich zuhöre.“ Wenn ein Kunde



Kundendiensttechniker Josue Espinoza hält Hapa-Systeme in bestem Zustand

nicht versteht, was die Ursache eines Problems ist, nimmt sich Josue die Zeit, den Betrieb der Maschine Schritt für Schritt durchzugehen, damit alle lernen können, Probleme selbst zu finden und zu lösen. „Der Kunde ist am zufriedensten, wenn er Probleme ohne Beteiligung von Hapa lösen kann.“

### Kundenorientierte Services

Nach seinem Besuch füllt Josues einen Servicebericht aus. „Die Details gehen an

meinen Vorgesetzten, André Nägeli, und fliessen in die neue kundenorientierte Strategie von Services ein. Hapa ist daran interessiert, dass alle Kunden von meinen Erfahrungen und den Erfahrungen aller Systembediener profitieren.“

## SWISSNESS – WUSSTEN SIE SCHON?

Die Mehrheit der Schweizer spricht Deutsch (60 %), gefolgt von Französisch (23 %) und Italienisch (8 %). Rätoromanisch (1 %), eine alpenländische Sprache mit lateinischen Wurzeln und verwandt mit der italienischen Sprache, ist die am geringsten verbreitete Landessprache. Der Rest der Bevölkerung (8 %) spricht andere Sprachen. Obwohl Englisch keine Landessprache ist, könnten

Besucher dennoch diesen Eindruck bekommen – so weit ist die Verwendung von Englisch in der Schweiz verbreitet, sogar unter Schweizern! Häufig wird Englisch als Lingua franca – als Verständigungssprache – verwendet, zum Beispiel zwischen Einwohnern der italienischsprachigen Region des Tessins und denjenigen, die in der deutschsprachigen Region um Zürich zu Hause sind.

Sollten Sie einmal in die Schweiz reisen und keine der vier Landessprachen beherrschen, werden Ihnen Englischkenntnisse sehr nützlich sein – insbesondere in den Städten und an beliebten Touristenzielen. Wenn Sie sich jedoch in abgelegene Regionen wagen, müssen Sie vielleicht auf die am besten verständliche Sprache zurückgreifen – die Zeichensprache!



## MESSEN & VERANSTALTUNGEN 2016

SEPTEMBER	FLEXLINK, HAPA & NORDEN LEAN EVENT Indien 21. September 2016	FACHPACK Nürnberg, Deutschland 27.–29. September 2016	
OKTOBER	THE INKJET CONFERENCE Düsseldorf, Deutschland 5.–6. Oktober 2016	K16 Düsseldorf, Deutschland 19.–26. Oktober, 2016	
NOVEMBER	PACK EXPO Chicago, USA 6.–9. November 2016	ALL4PACK Paris, Frankreich 14.–17. November 2016	INPRINT Mailand, Italien 15.–17. November 2016
	P-MEC Mumbai, Indien 21.–23. November 2016	HAPA LEAN EVENT Volketswil, Schweiz 22.–23. November 2016	

### HAPA AG

Chriesbaumstrasse 4  
8604 Volketswil  
Schweiz  
T +41 43 399 32 00  
F +41 43 399 32 01  
info@hapa.ch - www.hapa.ch

Hapa gehört zu Coesia, einer global tätigen Unternehmensgruppe von innovativen Unternehmen für industrielle Lösungen mit Sitz in Bologna, Italien.

### Redaktion

Hapa AG, Anja Koletzki

### Text

Hapa AG, Meredith Suter,  
Anja Koletzki

### Layout und Zusammenstellung

awikom gmbh,  
Bensheim, Deutschland

### Druck

Frotscher Druck GmbH,  
Darmstadt, Deutschland