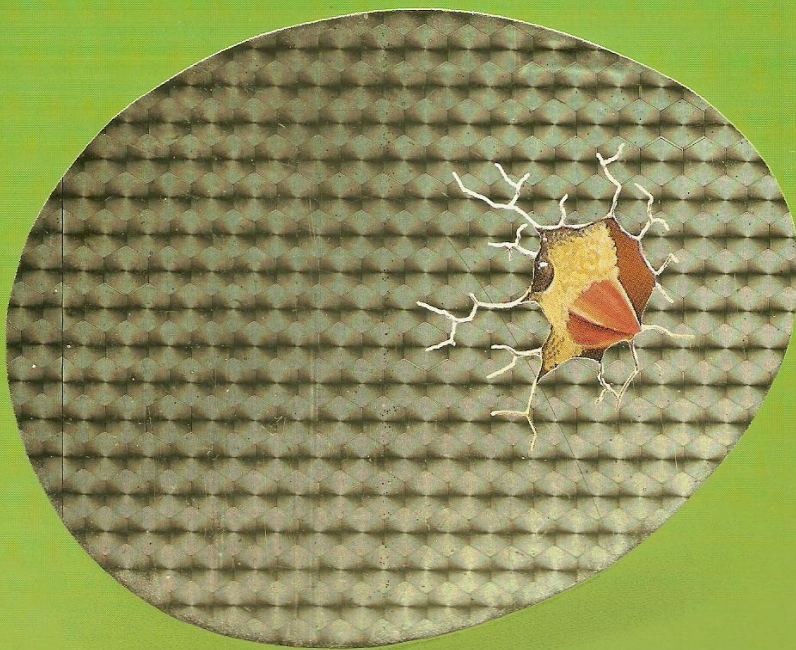


EMBALLERINGS- HANDBOKEN 1991

Kr 265,-

Innkjøpsguide for
emballasjebbrukere og -produsenter



PRODUKT- • AGENT- • VAREMERKE- • FIRMAREGISTER

Hologram på emballasje: Status, sikkerhet og høy oppmerksomhet

Intervju med: Daglig leder Mona Forsberg, Holo Media AB, Stockholm

Når kredittkortforetak i 1984 begynte å anvende hologram for å beskytte sine kort mot forfalskninger, betydde det gjennombruddet for masseproduksjon og anvendelse av hologram på varer i større skala.

Flere og flere foretak har begynt å "snuse" på de fantasistimulerende og statusfylte hologrammene, spesielt siden kostnadene ved å produsere dem har gått kraftig ned.

Økende interesse for hologram

"Interessen for å anvende hologram på emballasje har øket", sier Mona Forsberg, eier og gründer av Holo Media AB, som er svensk agent for den engelske hologramprodusenten Amblehurst. "Dilemmaet er at kjøperen av emballasjen, altså den som tilvirker selve varen, ofte ikke vet hva et hologram er. Ordet hologram kommer opprinnelig fra greske "holos", som betyr "hel" og "gram", som kan oversettes noenlunde med "meddelelse". Hologram fremstilles forøvrig ved hjelp av laser."

Komplisert produksjon

Men naturligvis er det mer komplisert å få frem et hologram enn et fotografisk bilde. Man kan ikke trykke hologram som man trykker bilder. Hologram overføres til emballasje i form av en flimrende metallfolie, der det tredimensjonelle bildet fremtrer når lyset faller i rett vinkel.

Svenske Tobaksbolaget er ett av mange foretak som seriøst undersøker forutsetningene for å

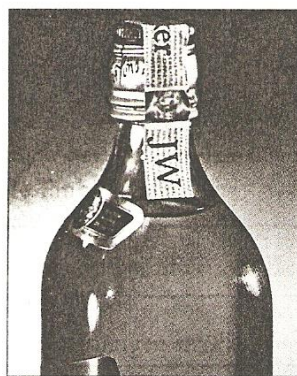
anvende hologram på emballasjen til visse varer. "Ennå er det et kostnadsspørsmål," sier Sten Hagman på Tobaksbolaget. Men det er helt klart interessant og verdt å se nærmere på.

Slik produseres hologram

Svært forenklet blir hologrammet til ved at hologrambildet preges på en tynn plastfilm. For at øyet skal kunne oppfatte bildet, metalliseres så plastfilmen og hologrammet får sin karakteristiske flimrende overflate.

Finland er billigst

Finland er det landet i Norden som er kommet lengst på dette området. "Å få frem hologram på emballasje er billigst i Finland," sier Mona Forsberg.



Hologramseglet garanterer at kunden får den ekte varen og ikke en billig kopi. (Bildet viser toppen av en JW-flaske.)

Hvorfor bruker man hologram?

For mange varer vil hologram på emballasjen aldri bli aktuell. Slik det ser ut i dag, har holo-

Forts. fra side 10
gramteknikken to store anvendelses-
områder: Å garantere en vares ekthet,
samt selge statusfylte og litt dyre varer.

Hva kan beskyttes?

Noen produsenter av legemidler har for eksempel begynt å bruke segel av hologram på emballasjen i et forsøk på å stoppe falske medisiner som flo-
rer i visse deler av verden. På samme måte finnes
nå whiskymerket Johnnie Walker å få kjøpt i flas-
ker forseglet med hologramsegel. Det skal garan-
tere kunden å få "the real thing" og ikke billig
asiatisk kopi. "For å forfalske hologram kreves et
omfattende utstyr," sier Mona Forsberg. "Enten
må man få tak i "mastern", originalen som holo-
grammet lages av, eller man må smugle ut ferdig
hologram fra fabrikk."

Også status og oppmerksomhet

I tilfellet med Johnnie Walkers flasker fungerer
hologramseglet både som en sikkerhetsgaranti og
som ren reklame. Alle vet at en forseggjort og

oppmerksomhetsvekkende emballasje kan selge en
vare. Hologram er så nytt at det tiltrekker seg
oppmerksomhet og høyner i tillegg varens status.
"Her er et eksempel." sier Mona Forsberg, og
plukker frem en kartong. Det er Babyliiss som har
satt på hologrametiketter på hårføhneren og på
selve esken som føhneren ligger i. Også sjokolade-
giganten, Marabou i Sverige, har benyttet holo-
gram med suksess.

Etikettene er selvklebende og anvendes i stadig
større grad på parfyme som bl.a. selges på marke-
dene i Midt-Østen. I Sveits og Tyskland anvender
videoprodusenter etiketter av hologram, ene og
alene fordi de ikke lar seg forfalske. Lederle, en
engelsk fabrikant av farmaceutiske produkter,
beskytter sitt firmanavn med hologrametiketter.

Hologram har fremtiden for seg

At hologram på emballasje har fremtiden for seg
er Mona Forsberg fullt og fast overbevist om: "I
dag har vi emballasje med fantastiske farger og
topptrykk," sier hun. "Vil bransjen fornye seg,
kommer hologrammet selvsagt inn i bildet. Vent
bare og se!"