



Erfolgreich verpacken will gekonnt sein! Weil Packaging nicht automatisch gelingt

Früher wurden Verpackungen vorwiegend zum Schutz von Produkten produziert. Heute ist Packaging ein höchst relevanter Faktor für den Verkaufserfolg und hat sich am POS zu einer Königsdisziplin entwickelt – bzw. zu einer Königinnendisziplin, wie Ing. Doris Wallner-Bösmüller beweist, die sich mit ihrem Unternehmen Bösmüller Print Management darauf spezialisiert hat, Kundinnen und Kunden gesamtheitlich zur erfolgreichen Verpackung zu begleiten. Wie erfolgreiches Packaging gelingt, fasst sie für Pack & Log wie folgt zusammen:

Was „erfolgreich?“ wirklich bedeutet

Erfolgreich verpacken bedeutet, das Zusammenspiel verschiedener Berufssparten zu koordinieren und gesamtheitlich zu managen – denn Packaging ist die Kombination von Design, Konstruktion, Grafik, Produktion und Logistik. Bei jedem einzelnen Aspekt handelt es sich um komplexes Know-how. Bösmüller hat es sich daher zur Aufgabe gemacht, als verbindendes Element zu wirken und bringt jahrzehntelange Erfahrung in den Prozess ein.

Dreh- und Angelpunkt ist dabei wirkliches Zuhören. Erfolgreiches Packaging gelingt nämlich nur dann, wenn die Bedürfnisse der Zielgruppen verstanden und auch entsprechend berücksichtigt werden. Das erfordert

interdisziplinäre Kommunikationskompetenz auf allen Ebenen.

Womit alles beginnt

Die Produktpositionierung ist der wesentliche Ausgangspunkt. Die Verpackung kommuniziert im Außen, was das Produkt im Inneren bietet. Im Dialog mit KundInnen erarbeiten wir, in welchen Zielgruppen Attraktivität erreicht werden soll: Ob bei Premium- oder Diskont-KonsumentInnen, ob bei Bequemlichkeits-, Sicherheits-, Spar- oder PrestigdenkerInnen. Daraus ergeben sich auch mögliche Vertriebswege – vom exklusiven Geschäft über den Lebensmittel Einzelhandel bis hin zum Versandhandel. Ist die Positionierung einmal klar definiert,

entscheidet sie über die Material-, Design- und Gestaltungselemente.

Variable Faktoren in Einklang gebracht

Umfassende Materialkenntnis ist ein „Must“ für erfolgreiches Packaging. Karton- und Papiersorten müssen perfekt zum Produkt passen sowie produktionstechnisch einwandfrei verarbeitbar sein. Damit erhält auch die Grafik eine hilfreiche Orientierung für Typografie, Gestaltungselemente und Bildsprache. Durch die Formensprache und verschiedene Verschlussmechanismen wird das Auspackerlebnis garantiert – und all das unter Berücksichtigung der Materialeffizienz bei der Druckproduktion. Dabei müssen die logistisch relevanten Dimensionsanfor-

derungen entsprechend berücksichtigt werden. Schließlich muss die Verpackung Paletten-, Regal- oder mitunter auch Postversandkonform sein sowie mit automatisierten Verpackungslösungen bei der Produktherstellung kompatibel sein.

Kennzeichnungsrichtlinien und Story-Telling als Spezialdisziplin

Ob bei Lebensmitteln, technischen- oder anderen Consumer-Produkten: Die Anforderungen, was auf der Verpackung an rechtlichen Informationen Platz finden muss, werden immer komplexer und verlangen entsprechendes Know-how. Die Komplexität wird durch das darüber hinausgehende Informationsbedürfnis mündiger KonsumentInnen weiter erhöht. Lösungen dafür sind in die Verpackung integrierte Mini-Folder mit Informationen zur Produktherkunft und Herstellungsgeschichte, oder die Integration von NFC und AR-Elementen, die die Brücke von der haptischen in die digitale Welt bilden. In Zusammenarbeit mit Digitalagenturen können so emotionsstarke Elemente in Form von Animationen und Kurzfilmen sowie verkaufsfördernde Gewinnspiele und Promotions als Teil des Packagings eingearbeitet werden.

Perfekt gedruckt, konfektioniert und versandt

Schlussendlich nützt alle Packaging-Kompetenz nichts, wenn sie nicht durch entsprechendes Druckproduktions-Know-how umgesetzt wird. Prepress-Abteilungen müssen daher in der Lage sein, Grafiken und Bilder perfekt für das zu bedruckende Material und



Markus Purker und Ing. Doris Wallner-Bösmüller sind Geschäftsführer der Bösmüller Print Management. Informationen unter www.boesmueller.at

entsprechend den Möglichkeiten eines modernen Maschinenparks zu optimieren und top-ausgebildetes Produktionspersonal muss ein perfektes Ergebnis im Druck und der Endfertigung garantieren. Gerade im Packaging-Bereich spielt ein umfassendes Logistik-Service eine bedeutende Rolle – und das weltweit, damit die Verpackung zur richtigen Zeit am richtigen Herstellort ist.

Erfolgreiches Packaging braucht Partnerschaft

Abschließend fasst Doris Wallner-Bösmüller zusammen: „Erfolgreiches Verpacken braucht das Know How aller am Prozess beteiligten StakeholderInnen – für kleine Testmarkt-Serien bis hin zur Großvolumen-Produktion für internationale Hersteller. Ich bin davon überzeugt, dass gerade beim Packaging der partnerschaftliche Ansatz in hohem Maße für den Verkaufserfolg am POS beiträgt. [pl]

FACHPACK

24. – 26. September 2019
Halle 3/Stand 3-428



Hygienesdesign in Reinkultur

FAST picker TP80 he – der weltweit schnellste Roboter für hygienegerechte Verpackung und Verarbeitung

- Einfache und effiziente Roboterintegration
- Einzigartige Konstruktion für kompakte Anlagenkonzepte
- Uneingeschränkte Leistungsfähigkeit mit lebensmittelverträglichem H1 Öl
- Perfekte Kinematik für anspruchsvolle Conveyor Tracking Aufgaben
- Online Integration in smarten Produktionsumgebungen

Stäubli – Experts in Man and Machine

www.staubli.com



FAST MOVING TECHNOLOGY

STÄUBLI

Stäubli Tec-Systems GmbH Robotics, Betriebsstätte Österreich, Tel. +43 7224 93081, sales.robot.at@staubli.com