

# Süßes Know-how!

## Schoko- und SüßwarenproduzentInnen und ihr Erfolg am POS.

WIEN/STOCKERAU. Mit der Entdeckung der „Neuen Welt“ lernte Europa die Kakaobohne und die Schokolade kennen. Sie etablierte sich in Europa als Luxusprodukt und bis ins 18. Jahrhundert hinein gehörte der Genuss von Schokolade ausschließlich zum adeligen Lebensstil. Erst durch die Industrialisierung im ausgehenden 19. Jahrhundert wurde Schokolade schließlich zu einem Massenprodukt. Doch wer hätte gedacht, dass es im Jahr 2018 bereits 8,5 kg sein würden, die in Österreich pro Kopf und Jahr verzehrt werden? (Quelle: Global2000)

Und wer hätte gedacht, dass der Vertrieb schokoladiger Süßwaren zu einem speziellen Kompetenzbereich im Handel wird?

Der Erfolg der Schokolade ist nämlich auch ein Erfolg des Erfindungsgeistes der ProduzentInnen und des immer professionalisierteren Vertriebs. Verschiedenste Sorten in unterschiedlichsten Formen haben einen Hype rund um den süßen Genuss ausgelöst.

Besonders in den letzten Jahren hat sich herauskristallisiert, dass es in höchstem Maße erfolgsrelevant ist, besonderes Augenmerk darauf zu legen, dass die Verpackung der Qualität des Produkts, dem Informationsbedürfnis der KonsumentInnen und den Anforderungen des Vertriebswegs optimal angepasst ist. Um das zu erreichen, brauchen die HerstellerInnen allerdings passende Umsetzungspartner.

### Verpackungskompetenz von A bis Z

Eines der Unternehmen, die HerstellerInnen dabei begleiten, alle Anforderungen an das Produkt in einer gelungenen Verpackung zu integrieren, ist die Druckerei Bösmüller Print Management.

Das 1978 gegründete Familienunternehmen setzte bereits sehr früh auf Verpackungen als eigenen Kompetenzbereich. Geschäftsführerin Ing. Doris Wallner-Bösmüller über ihre Erfahrungen und die aus ihrer Sicht wesentlichen Faktoren: „Schoko-



© Panthermedia/Beichonock

laden- und SüßwarenherstellerInnen wissen um die Wichtigkeit der perfekten Verpackung, die ihre edlen Produkte umhüllen, und genau deswegen schätzen viele dieser Kunden bereits seit Jahren unsere Expertise bei der Konzeption und Konstruktion. Beides muss perfekt ineinandergreifen, um eine erfolgreiche Verpackung ins Leben zu rufen. Damit das gelingt, setzen wir gemeinsam mit Kunden schon lange vor dem eigentlichen Druckprozess an – durch serviceorientierte Beratung und durch das gemeinsame Erarbeiten einer holistischen Sicht auf die spezifischen Anforderungen.“

Durch einen solchen lösungsorientierten Dialog wird die Basis für die richtige und perfekt zum Produkt passende Materialauswahl, Formensprache, Dimensionierung und Veredelung geschaffen.

Das Ergebnis beschreibt Wallner-Bösmüller wie folgt: „Die Verpackung kommuniziert dadurch die Besonderheit des Inhalts, weckt eine Erwartung und schafft Begehrlichkeit. Wir bieten ProduzentInnen umfassenden Service – vom Entwurf und der Prototyp-Erstellung, über Kleinauflagen bis hin zur Massenproduktion. Daher sind wir als Packaging-Partner

für kleine, exklusive Schokoprälinen-Manufakturen ein genauso relevanter Ansprechpartner, wie für multinational agierende Hersteller.“

### Mit Innovationen bei HerstellerInnen punkten

Ein wichtiges Entscheidungskriterium eines Süßwaren-Herstellers bei der Auswahl des Packaging-Produzenten ist zweifelsohne die Innovationskraft. Der Einkäufer eines renommierten belgischen Pralinenproduzenten beschreibt die Herausforderungen wie folgt: „Die Verpackungsbranche ist im Umbruch. Es müssen auch im Süßwaren- und Schokoladebereich neue, kluge Kombinationen aus Folien, Kunststoff, Papier und Karton gefunden wer-

den, die den Nachhaltigkeitserfordernissen des Marktes entsprechen. Besondere Brisanz erhält dieser Aspekt durch das Verbot von Einweg-Kunststoffen ab 2021, wenn es nachhaltigere Alternativen gibt. Für uns ist es daher besonders wichtig, mit einem Lieferanten zusammenzuarbeiten, der sich mit diesen Alternativen auseinandersetzt und Lösungsvorschläge einbringen kann – so wie das bei Bösmüller der Fall ist.“

Er ergänzt: „Darüber hinaus können wir mit unserem Lieferanten auf Augenhöhe diskutieren, was neue Technologien für unser Packaging bedeuten, wie dem neuen, unsichtbaren Digimarc-Barcode oder NFC- und AR-Elemente, welche die Brücke von der haptischen Verpackung in die digitale Welt bilden – zu Animationen, Online-Gewinnspielen, YouTube-Infofilmen u.v.m.“

### Flexibilität als Trumpf!

Gerade große Süßwaren-Herstellbetriebe stehen oftmals vor Herausforderungen, für deren Bewältigung ein Print-Produktionspartner nötig ist, der sich durch Verlässlichkeit und Flexibilität auszeichnet. Dazu Wallner-Bösmüller: „Schnell, flexibel und in hoher Qualität agieren zu können, ist für uns wesentlich, damit KundInnen kurzfristig geforderte, individuelle Produktserien, regionale Promotions, kurzfristige Markttests oder spontane Aktionen, die der Handel ‚ausruft‘, bewältigen können.“

Abschließend fasst sie zusammen: „Mit Bösmüller Print Management hat ein Süßwaren-Herstellerbetrieb einen Partner an seiner Seite, der mit dem gesamten Packaging-Know-how zur Seite steht – denn süß sind die Produkte und süß ist der gemeinsame Erfolg!“



### Ing. Doris Wallner-Bösmüller

Geschäftsführerin

Bösmüller Print Management

Tel.: 02266/68180-0

d.wallner-boesmueller@boesmueller.at

www.boesmueller.at