

Kundenfreundliche Verpackungen sind ein Wettbewerbsvorteil

CONVENIENCE Verpackungen sollen Produkte optimal schützen und präsentieren sowie eine hohe Funktionalität bieten. In den letzten Jahren haben die Hersteller von Verpackungen sehr viel in die Verbesserung der Handhabung investiert. Trotzdem sind zahlreiche Verpackungen noch immer ein Ärgernis.

VON SABINE FLACHSMANN

■ Wenn es um Verpackungen geht, ist Convenience ein Dauerthema. In der Kritik stehen z.B. immer wieder Fleischverpackungen. Mag der Produktschutz damit auch hervorragend gelöst sein, das Öffnen sorgt regelmässig für viel Frust. Ohne Hilfsmittel wie Schere und Messer sind diese Packungen nicht zu öffnen. Zum Kraftakt können auch die Drehverschlüsse aus Kunststoff auf Mineralwasser- und Süssgetränkflaschen mutieren, weil die Sollbruchstelle nicht funktioniert. Grosse Packungen ohne Wiederverschluss oder mit einem, der nicht hält, was er verspricht, Aufreisslaschen, die abreissen, aber nicht aufreissen, sind nur einige Beispiele, die negativ auffallen.

Sensibilisierung für Kundenbedürfnisse

Das Meyer-Hentschel Institut, Saarbrücken, und die Feierabend Online Dienste für Senioren AG, Frankfurt, haben 2008 den Verpackungswettbewerb «SilverPack» initiiert. Die beiden ausschreibenden Unternehmen engagieren sich bereits seit vielen Jahren für die Interessen der wachsenden Zahl älterer Menschen. Ausgezeichnet werden Verpackungen, die in besonderer Weise auf die Wünsche und Bedürfnisse der wachsenden Zahl älterer Kunden abgestimmt sind. Von solchen Verpackungen profitieren jedoch letztendlich alle Altersklassen. Ansatzpunkte dazu können sein: Öffnungsmechanismus, bequeme Entnahme, Wiederverschlussmöglichkeiten, Packungsgrösse, Handling- und Transporthilfen, Packungsdesign usw. «Wir beobachten, dass die Verpackungshersteller zunehmend Lösungen für conveniente – in unserem Sinne –, höfliche Verpackungen entwickeln», sagt Dr.

Gundolf Meyer-Hentschel, Leiter Meyer-Hentschel Institut, Saarbrücken. Die Akzeptanz aufseiten der Markenartikelindustrie sei im Vergleich dazu noch etwas zögerlich. Sehr engagiert verhalte sich allerdings eine ganze Reihe von Handelsunternehmen, die für ihre Eigenmarken den Wettbewerbsvorteil kundenfreundlicher Verpackungen nutzen. Auch die Anzahl der für den SilverPack eingereichten Verpackungen zeigt, dass sich immer mehr Firmen mit dem Thema beschäftigen. «Waren es bei der ersten Ausschreibung 2008 gerade mal vier Einreichungen, sind diese in den letzten beiden Jahren auf 16 gestiegen. Auch die Qualität der eingereichten Arbeiten hat – in der Spitzengruppe – kontinuierlich zugenommen. Es gibt aber immer auch eine grössere Zahl von Einreichungen, die nur marginale Lösungen oder Optimierungsvorschläge bieten. Dies korrespondiert mit unseren Beobachtungen im Gesamtmarkt: Es gibt z.B. eine wachsende Zahl von Verpackungen, die mit dem Hinweis «leicht zu öffnen» gekennzeichnet sind, es in Wirklichkeit aber nicht sind», stellt Meyer-Hentschel fest.

Die anlässlich der Alufoil Trophy 2012 ausgezeichnete Premiumschale Canny von Amcor Flexibles präsentiert nicht nur sehr gut, sie wird auch den Ansprüchen an verbraucherfreundliche Produkte gerecht. Bild: Amcor Flexibles



Bild: O. Kleiner AG

canpeel®-Dosenverschliesssystem für Trocken- und Sterilisationsanwendungen, das bei Ricola im Einsatz ist. Im Vergleich zu Ring-Pull- und anderen Systemen sind die Dosen leichter zu öffnen.

Öffnen leicht gemacht

Mit dem SilverPack 2012 wurde u.a. die Knicköffnung für Blisterverpackungen der SIGG Switzerland AG ausgezeichnet. «Blisterverpackungen stellen die Verbraucher sehr oft vor Öffnungsprobleme. SIGG löst diese Thematik auf verblüffend einfache und komfortable Weise. Ein neuartiger Karton-Blister verfügt über eine Sollbruchstelle. An dieser lässt sich die Verpackung mit geringem Kraftaufwand und ohne jedes Werkzeug knicken.

Anschliessend kann das Produkt zusammen mit dem Blister ganz einfach aus dem Karton herausgeschoben werden. Ein weiterer Pluspunkt: Kartonkarte und PET-Blister können problemlos getrennt entsorgt werden. Eine sehr kundenfreundliche und damit «höfliche» Verpackungslösung, die für eine Vielzahl von Produkten einsetzbar ist», so die Jury. Die neuartige Verpackungslösung wurde für SIGG in einer Kooperation zwischen PAWI Verpackungen AG und Wolfensberger AG realisiert und 2011 mit dem Swiss Star ausgezeichnet.

Die Konsumenten verstehen

Convenience ist bei Tetra Pak ein zentrales Thema. Bereits bei der Erfindung des Tetra-Pak-Getränkcartons habe die Handlichkeit der Verpackung eine wichtige Rolle gespielt, erklärt Katharina



Die Dumet AG verpackt ihre Oliven in einem Standbeutel von Wipf mit vielen Convenience-Merkmalen. Der Beutel garantiert eine lange Haltbarkeit der Oliven und ist mit einer Einreisskerbe und einem Zippverschluss ausgestattet. Bild: Wipf AG

Schenk, Manager Brand & Environment, Tetra Pak (Schweiz) AG. Die Gesellschaft ändert sich – und mit ihr die Ansprüche an die Convenience von Verpackungen. Da die Produktdifferenzierung weltweit einer der wichtigsten Wettbewerbsfaktoren ist, setzt Tetra Pak alles daran, in diesem Bereich immer wieder mit Innovationen zu überzeugen. Dazu müssen Trends und Bedürfnisse rechtzeitig erkannt werden. Aktuell prägen insbesondere der wachsende Anteil älterer Menschen und die weltweit zunehmende Verstärkung der Bedürfnisse und das Verhalten der Konsumenten. Handlichkeit und On-the-go-Kompatibilität stehen dabei im Vordergrund. Daneben gelte es, bei der Produktentwicklung auch dem Produktschutz sowie ökologischen und ökonomischen Aspekten gerecht zu werden, betont Schenk. Bei der Entwicklung von marktrelevanten Produkten sei es entscheidend, die Konsumentinnen und Konsumenten zu verstehen. Tetra Pak forsche intensiv auf diesem Gebiet und kläre Konsumentenbedürfnisse weltweit regelmässig mittels Umfragen und Studien ab. In Modena gibt es speziell dafür eine Forschungsabteilung. Hier arbeiten Spezialisten, Designer und Techniker Hand in Hand, um die Trends von morgen zu erkennen.

Praktisch und bequem

Zu den aktuellen Beispielen gehört Tetra Brik Aseptic Edge, eine aseptische Getränkeverpackung



Die TBA Edge Portionpacks (200 ml und 250 ml) von Tetra Pak eignen sich besonders gut für den On-the-go-Konsum. Die handlichen Portionenverpackungen zeichnen sich durch eine grosse Öffnung mit Drehverschluss aus.

mit abgeschrägtem Kopfteil. Diese Verpackung zeichne sich durch gute Logistikeigenschaften und gute Brandingmöglichkeiten aus. Für die Kunden sei es ein praktisches und bequemes Produkt und auch für die Abfüller eine flexible Lösung. Die leere Verpackung lasse sich zudem problemlos flachdrücken, leicht und platzsparend entsorgen. Die Verpackung verbrauche nur geringe Mengen an Rohstoffen und sei trotzdem eine hochfunktionale Schutzverpackung, betont Schenk. Hauptbestandteil ist Karton, ein nachwachsender Rohstoff, der aus FSC-zertifiziertem Rohkarton hergestellt wird. Mit TBA Edge 1000 ml mit Light

Cap reagiert Tetra Pak auf die spezifischen Bedürfnisse älterer Menschen. So sorgt die grosse Öffnung (Verschluss Light Cap) für sauberes, bequemes Eingieses ohne Spritzer. Der Verschluss Light Cap eignet sich auch für Personen mit limitierter Handfunktionalität. Die Swedish Rheumatic Association zeichnete die Tetra Brik Edge als «Verpackung des Jahres» 2011 aus. In der Schweiz gibt es die neue Verpackung seit Mai 2012 für Emmi-Produkte im Spar sowie seit September für Coop-Produkte, beispielsweise für Coop-Milchdrink und -Vollmilch. Mit den TBA Edge Portionenpacks (200 ml und 250 ml) reagiert Tetra Pak speziell auf die Veränderung der Gesellschaft. Wachsender On-the-go-Konsum, Zunahme der Kleinhushalte, flexible Arbeitszeiten und zunehmende Mobilität sind einige Beispiele dafür. Die handlichen Portionenverpackungen zeichnen sich durch eine grosse Öffnung mit Drehverschluss bzw. Trinkhalm aus.

Im Dialog mit den Kunden

«Jeder Konsument geht davon aus, dass die Lebensmittel, die er einkauft, optimal verpackt sind. Der Produktschutz ist für ihn also eine Selbstverständlichkeit, mit der er sich nicht im Detail befasst. Er vertraut darauf, dass die Haltbarkeit mindestens dem auf der Packung angegebenen Datum entspricht und das Produkt innerhalb dieser Zeit ohne Aroma- und Qualitätsverlust genossen werden kann», erklärt Karin Weidmann, Marketing Manager, Wipf

AG. Ein ganz anderer Aspekt der Verpackung, auf den der Konsument immer mehr Wert lege, sei die Convenience, d.h. die Benutzerfreundlichkeit. Wie einfach lässt sich die Verpackung öffnen? Kann man die angebrochene Packung wieder verschliessen und kann man sie auch übersichtlich in den Küchenschrank stellen? Mit all diesen Fragen setze sich die Wipf AG täglich auseinander. Dabei sei das Familienunternehmen aus Volketswil im ständigen Dialog mit ihren Kunden, um Möglichkeiten der Perfektionierung ihrer Verpackungen zu diskutieren.

Standbeutel – der Liebling unter den Beutelformaten

Eines der beliebtesten Formate ist der Standbeutel. Dieser wird heute zum Abpacken von sämtlichen trockenen und nassen Lebensmitteln sowie von Medizinal-, Non-Food- und Pet-Food-Produkten eingesetzt und kann mit diversen Öffnungs- und Wiederverschlusshilfen wie Laserperforation, Zipper, Einreisskerbe, Easy-Peel, Ausguss usw. ausgestattet werden. Der Standbeutel sei aber auch deshalb so beliebt, weil er leicht, anpassungsfähig, effektiv und effizient zu gestalten sei, argumentiert Weidmann. Aktuelle Ökobilanzen zeigen, dass die Umweltauswirkungen von Standbeuteln in Bezug auf den gesamten Lebenszyklus gering sind und diese im Vergleich zu anderen Verpackungsarten sehr gut abschneiden. Trotzdem würden heute diese verschiedenen Convenience-Merkmale nur teilweise eingesetzt, weiss sie. Dass es aber auch anders geht, beweise seit vielen Jahren die Firma Dumet AG. Dumet ist eine inhabergeführte Familien-AG aus Steinhausen. Ihre Oliven werden in einer Verpackung mit vielen Convenience-Merkmalen abgepackt. Der Standbeutel besteht aus einem alufreien Zweifachverbund Polivel® mit integrierter Sperrschicht. Die Folie mit ihrer exzellenten Barrierefunktion gegen Sauerstoff und Wasserdampf gewährleistet einen optimalen Feuchtigkeits- und Aromaschutz und garantiert damit eine lange Haltbarkeit der Oliven (ungekühlt bis zu zwölf Monate). Im Weiteren ist der Beutel mit einer Einreisskerbe und einem Zippverschluss ausgestattet. So lässt sich die Verpackung besonders leicht öffnen und kann, um den



Die Knicköffnung für Blisterverpackungen der SIGG Switzerland AG wurde mit dem SilverPack 2012 ausgezeichnet.

Geschmack zu erhalten, nach der Erstöffnung wieder gut verschlossen werden. Ein besonderes Designelement ist das Sichtfenster. Konsumenten können sich direkt am Verkaufspunkt von den frischen, erstklassigen Oliven überzeugen. Dieser Standbeutel ist ein erfolgreiches Beispiel einer Verpackungslösung, die ermöglicht, dass der Konsument bis zur letzten Olive ein qualitativ einwandfreies Produkt geniessen kann.

Einfaches Öffnen ohne Hilfsmittel

Benutzerfreundlichkeit ist auch bei O. Kleiner AG, Herstellerin von Verbundfolien für Verpackungen, ein zentrales Thema, an dem ständig gearbeitet wird. Mit canpeel® hat das Unternehmen ein Dosenverschliesssystem für Trocken- und Sterilisationsanwendungen entwickelt, das sich im Vergleich zu Ring-Pull- und anderen Systemen durch einfaches Öffnen, auszeichnet. Die Lösung wendet z.B. Ricola bei ihren Dosen an. Die Schlauchbeutelverpackungen des Unterneh-

mens, die u.a. im Kaffee- und Cerealienbereich eingesetzt werden, sind ein weiteres Beispiel für eine conveniente Lösung. Die Beutel bestehen aus flexiblen Verbundfolien mit aufschälbarem Schweissmedium. Der Vorteil sei das leichte Öffnen der Packungen ohne Fasserriss (sogenannte Engelshaare). Eine weitere Entwicklung von O. Kleiner sind Deckelfolien mit aufschälbarem Schweissmedium, die z.B. für Verpackungen für geschnittene Wurstwaren, Fruchtsalat, Fruchtmasse usw. eingesetzt werden. «Besonders benutzerfreundlich sind auch Packungen mit Aufreisskerben und Laserdoppelspur für lineares Aufreissen, die auch für Barrierefolien geeignet sind», sagt Lucia Kleiner, Corporate Communication, O. Kleiner AG.

Ausgezeichnete Alufolienschale für Premiumprodukte

Ansprechendes Design, hohe Lebensmittelsicherheit und hervorragende Convenience wurden bei der von Amcor Flexibles entworfenen und hergestellten Alufolienschale Canny kombiniert. Dafür hat das Unternehmen den kategorienübergreifenden Excellence-Preis der Alufoil Trophy 2012 erhalten. Ihre zahlreichen attraktiven und praktischen Eigenschaften machen die Schale zur innovativen Alufolienverpackung. Sie sieht gut aus, fühlt sich gut an, ist voll bedruckt und leicht zu öffnen. Zudem ist Canny zu 30% leichter als herkömmliche Aluschalen mit Ring-Pull-Deckel, so die Jury. Canny zielt vor allem auf das Premiumsegment bei Nahrungsmitteln. Die Schale eignet sich hervorragend für heiss abzufüllende, löfelfarbare und verzehrbereite Produkte wie Fruchtsalat, Puddings, Desserts, Suppen und Saucen und wird den Ansprüchen an verbraucherfreundliche Produkte aller Altersklassen gerecht. Canny ist glatt, faltenfrei ausgeformt und liegt gut in der Hand. Anders als herkömmliche Lebensmittelschalen ist Canny innen BPA-frei lackiert. Die leicht abziehbare Membran beugt Verschütten vor und bietet sich gleichermassen für Produkte für Jung und Alt an. Die leeren Schalen sind ineinander stapelbar, was den Transport- und Lagerraum um bis zu 90% verringert. Die Schalen lassen sich per Hand leicht zerdrücken, was das Abfallvolumen verringert, und sie sind vollständig recycelbar. ■



Bild: O. Kleiner AG



Schlauchbeutelverpackungen der O. Kleiner AG, die z.B. für Hochland-Kaffee verwendet werden, zeichnen sich durch leichtes Öffnen der Packungen ohne Fasserriss aus.



Neuer Online-Printservice für Selbstklebeetiketten www.pagoshop.com



On-Pack-Promotion mit PAGOmedia®

Erfolgreich am POS

Mehrseitige Pagomedia Etiketten in Form von Booklets, Leporellos oder klein gefalteten Plakaten schaffen direkt am Produkt viel Platz für Promotions wie Gewinnspiele, Cross-Marketing oder Sammelaktionen.



Variable Win-Codes ab Datenbank, eingelegte Gimmicks, ablösbare Sticker, Rubbelfelder, spezielle Etikettenformen und vieles mehr erlauben individuelle Lösungen.

Gerne realisieren wir auch für Ihre ganz spezifische Kampagne die optimale Etikette!

Pago AG · 9472 Grabs SG www.pago.com



PAGO Ihr Systemspezialist für Etiketten und Etikettiertechnik