PROSY

LOVE
BRAND
PACKAGING

#2

WHITE PAPER

VERPACKUNGEN FUNKTIONAL GESTALTEN

PROFI-TIPPS VON PROSY

Liebe auf den ersten Blick? Die kann eine Verpackung durchaus wecken, wenn sie attraktiv gestaltet ist und Lust auf das Produkt macht, das darin steckt. Enttäuschung ist allerdings programmiert, wenn die Liebe auf unerwartete Hindernisse trifft: Verschlüsse, die man nur mit viel Fummelei und womöglich Zerreißen aufbekommt; unnötiger Verpackungswust nach dem Zwiebelprinzip; schwer zu entsorgende Verbundmaterialien und dergleichen mehr. Ganz abgesehen davon, dass manche Verpackungen auch die notwendige Schutzfunktion nicht optimal erfüllen.

HIER GEBEN WIR IHNEN EINIGE GRUNDLEGENDE TIPPS, WORAUF MAN BEIM KONZIPIEREN UND GESTALTEN FUNKTIONSGERECHTER VERPACKUNGEN ACHTEN SOLLTE. BEI ALLEN DETAILLIERTEREN FRAGEN KÖNNEN SIE SICH GERN AN UNSERE EXPERTEN WENDEN: DIE WISSEN, WIE ES GEHT – UND SIE HABEN AUCH FÜR IHR PROBLEM DIE RICHTIGE LÖSUNG.

„Form follows function“: Ja, aber es geht um mehr!

PUNKT 1: DIE RICHTIGEN MATERIALIEN

Hier geht es um die grundlegenden funktionalen Fragen. Erster Punkt: Wie muss das Material beschaffen sein, um das Produkt nicht nur optimal zu präsentieren, sondern auch optimal zu schützen? Zweiter Punkt: Wie gut lässt sich welches Material bedrucken; sind eventuell zusätzliche Etiketten erforderlich? Dritter und oft entscheidender Punkt: Was kostet das Ganze? Bei Massenprodukten, die automatisch verpackt werden, spielen dabei auch eventuell nötige Investitionen in entsprechende Maschinen eine Rolle – und bei manuellem Verpacken vor allem der Zeitaufwand pro Einheit. Wir beraten Sie gern, wie sich alle drei Punkte optimal verbinden lassen, je nach Ihrem Produkt.

Ein weiterer Aspekt besteht in der Transparenz bzw. Opazität der Verpackung: Manche Produkte möchte man als Verbraucher gern in natura sehen, bevor man sie kauft. Das gilt vor allem bei Lebensmitteln, die keinen Lichtschutz oder dergleichen brauchen – wie etwa Marmelade, Nudeln oder Gewürzen, um nur einige Beispiele zu nennen. Hier kommt es also auf Materialien an, die mit dem Produkt eine attraktive Verbindung eingehen: Das Äußere soll dem Inhalt nicht die Schau stehlen, aber auch umgekehrt. Was nimmt man am besten und wie kombiniert man es optimal? Wir können Ihnen solche Fragen fundiert beantworten und die richtigen Lösungsvorschläge machen.

PUNKT 2: DIE RICHTIGE FORM

Ganz banal gesagt, geht es hier um die Dimensionen und das Verhältnis von Länge, Breite und Höhe. Aber natürlich gibt es noch ein paar Optionen mehr, wie etwa pyramidenstumpfförmige statt quaderförmige Umkartons (oder ganz andere Formen wie bei der legendären Toblerone-Schokolade!). Was aus dem Rahmen fällt und sich abhebt, erhöht seine Chancen, zu einer „Love Brand“ zu werden.

Leider besteht hier oft ein Interessenskonflikt: Der Produzent hätte es gern originell, der Einzelhandel möchte es stapelfähig. Letzteres wiederum birgt die Gefahr, dass ein Produkt in einer Me-too-Armada ähnlich gestalteter Verpackungen untergeht. Die Kunst besteht also in der erfolgreichen Gratwanderung zwischen Auffälligkeit und Flächenproduktivität – und damit wären wir auch gleich beim nächsten Punkt.

PROSY
LOVE BRAND PACKAGING

PUNKT 3: DIE RICHTIGE GRÖSSE

Produkte mit hohem Verpackungsvolumen und dabei zu geringem Ertrag sind dem Handel generell ein Dorn im Auge. Es geht um Flächenproduktivität: Produkt- oder Portionsgröße, Platzierungsvolumen und Ertrag pro Verpackungseinheit müssen optimal miteinander in Einklang gebracht werden.

In vielen Fällen ist eine überdimensionierte Verpackung unumgänglich – zum einen, um empfindliche Produkte beim Transport zu schützen, zum anderen, damit sie im Laden überhaupt sichtbar sind. Bei winzigen Speicherchips, Kabeladaptern oder dergleichen muss die Verpackung zwei wesentliche Funktionen erfüllen: Transparenz (siehe Punkt 1) und Information, also ausreichend gut lesbare Angaben zum Produkt. Das geht nur mit einer gewissen Größe. Oft werden Blisterpackungen dem gerecht, aber Achtung – ein Zuviel wird trotzdem oft als umweltschädlich empfunden und kann entsprechende Aversionen wecken.

Lassen Sie sich zeigen, welche Möglichkeiten es für Ihre Verpackungen gibt, sowohl aus der Masse hervorzustechen und Sympathie zu wecken als auch umsatzträchtig im Regal platziert zu werden.

PUNKT 4: DIE NACHHALTIGKEIT

Vor allem die zunehmende Vermüllung der Meere hat dafür gesorgt, dass „Plastik“ heute geradezu ein Schimpfwort ist. Wichtigster Grundsatz also: Wenn die Art Ihres Produkts es erlaubt, verzichten Sie möglichst komplett auf Plastik. Wir bei Prosy bieten viele Alternativen, die in punkto Stabilität und Schutz dasselbe leisten, aber biologisch abbaubar sind oder sich mühelos recyceln lassen – zum Beispiel Verpackungen auf Pflanzenbasis oder nachhaltig erzeugte Pappkartons.

BEI ALLEN WEITEREN FRAGEN HELFEN WIR IHNEN GERN MIT RAT UND TAT. RUFEN SIE UNS AN ODER TEILEN SIE UNS IHR ANLIEGEN PER E-MAIL MIT. WIR MELDEN UNS UMGEHEND!

PROSY PACKAGING GMBH
KLEINFELD 8A
6341 EBBS | AUSTRIA

T +43 5373 42983-0
info@prosy.at
www.prosy.at

PROSY
LOVE
BRAND
PACKAGING