

## **Wie kann eine Verpackung im Zeichen der Reizüberflutung in den Regalen bestehen?**

Das ist immer ein Zusammenspiel zwischen Produkt, Verpackungsdesign, Platzierung im Regal und dem Wettbewerb drumherum. Grundsätzlich gilt 2020: Reduktion auf das Wesentliche. Je klarer die Botschaft rüberkommt, umso wirksamer ist sie. Awareness in einer bunten Vielfalt erreicht man nicht durch knallbunte Lösungen. Die Zeiten, in der man der Ansicht war, „da ist auf der Verpackung noch eine kleine leere Fläche frei, also her mit dem zusätzlichen Störer“, sind vorbei.

## **Wann ist eine Verpackung eine gute, eine erfolgreiche, Verpackung?**

Wichtig ist den Balanceakt zwischen der vertrauten Marke und dem Produkt mit Überraschungseffekt zu schaffen.

In der Gestaltung wird es immer wichtiger, ganzheitliche Lösungen anzubieten. Eine zusammenhängende CI ist hierbei ausschlaggebend, um einen einheitlichen Markenauftritt und somit eine Wiedererkennung innerhalb der Markenfamilien, auch über die unterschiedlichen Regale hinweg, zu gewährleisten.

## **Bei welchen Warengruppen ist die Verpackung ein essentieller Grund für die Kaufentscheidung, bei welchen Warengruppen geht es vor allem um Produktschutz?**

Nachhaltigkeit wird bei der Kaufentscheidung sicher immer wichtiger. Ebenso steigt auch das Bedürfnis nach praktischen Verpackungslösungen, also zB To Go-Produkte müssen einfach einzustecken und zu öffnen sein. Produkte für zu Hause wollen vielleicht dekorativ auf den Tisch gestellt werden. Bei Trend-Produkte erhöht sich die Kaufbereitschaft, wenn auch die Verpackung innovativ ist. Produktschutz hingegen ist vor allem im Frischebereich entscheidend. Produkte die pasteurisiert werden brauchen eine spezielle Verpackung, ebenso wie Produkte die lichtgeschützt verpackt werden müssen. Generell geht es hier immer um die Maximierung der Haltbarkeit.

## **Was ist die größte Herausforderung im Packaging Design? Welche Rolle spielen dabei gesetzliche Vorgaben?**

Die größte Challenge ist sicherlich die Vielzahl an vorgegebenen Informationen. Vorgaben kommen erstens vom Handel selbst, welcher sich jeweils bestimmten Ethikrichtlinien verschrieben hat. „Hergestellt in Ö“ oder die Nachhaltigkeit der Verpackung beeinflussen den Platz im Regal. Der EAN Code muss so platziert sein, dass das Handling an der Kassa reibungslos verläuft. Eben dieser EAN Code ist Teil einer zweiten Einschränkung - den EU Richtlinien. Diese regeln zB auch Schriftgrößen, Sichtfeldregelungen, etc. Drittens ist das prominente Ausweisen der Allergene, Zutaten und der Nährwerte unabdingbar...

## **Die Nachhaltigkeit ist aktuell allgegenwärtig: Spielt sie auch im Verpackungsdesign eine Rolle?**

Unbedingt, denn das Thema Nachhaltigkeit ist längst kein Trend mehr, sondern vielmehr ein unvermeidbares Todo unserer Gesellschaft. Das Bedürfnis der KundInnen nach nachhaltigen Produkten steigt ständig. Fürs Design bedeutet das: nur, wenn umweltschonende Maßnahmen, Hinweise zur optimalen Entsorgung oder Zertifizierungen auf der Verpackung klar kommuniziert werden, wird die Positionierung als verantwortungsvolles und richtungsweisendes Unternehmen gestärkt. Zusätzlich wird durch eine reduzierte und natürlich wirkende Gestaltung ein positives Image vermittelt. Ein großes Thema ist Nachhaltigkeit natürlich bei der Verpackung selbst. Hier stehen mehr Möglichkeiten zur Optimierung zur Verfügung, wie Verzicht auf Veredelung, Auswahl des Papiers, alternative Klebstoffe usw.

## **Wie lange dauert der Prozess einer Verpackungsidee bis zur Umsetzung konkret?**

Unsere Kunden schätzen natürlich rasche Lösungen, umso wichtiger ist, Abläufe zu optimieren. Illustratoren inhouse, aber auch ein eigenes Fotostudio und Foodstylisten vorort sind wichtige Faktoren, um Ideen zielgenau umzusetzen. Aber sicher spielen auch verschiedene Vorgaben eine wichtige Rolle. Bei Neuentwicklungen gibt es natürlich ein ausführlicheres Qualitätsmanagement, bei mehreren Sprachen müssen die jeweiligen Länder in den Freigabeprozess mit einbezogen werden, etc. Weiters hängt es davon ab um welche Art der Verpackung es geht. Ein Etikett ist wohl binnen 1 Monat druckfähig, 1 Schachtel braucht da wohl deutlich länger. Im Schnitt kann man vielleicht sagen, dass es vom Briefing bis zur Abgabe der Druckdaten ca. 2 Monate braucht.

## **Ist Packaging Design leistbar?**

In der Vergangenheit konnten wir beobachten, dass der Part Packaging Design einen nicht so hohen Anteil am Gesamtwerbemarken hatte, obwohl ein Großteil der Kaufentscheidungen bekanntlich vorm Regal stattfinden. Wir sehen jedoch erfreut die Entwicklung, dass die Packung als „Gesicht der Marke“ einen immer wichtigeren Stellenwert bekommt.

## **Welche Trends orten Sie in Sachen Verpackungsdesign und Verpackungen im Allgemeinen?**

Die Kommunikation der Nachhaltigkeit wird noch stärker, „to go“ - und „snacking-Produkte“ werden vermehrt angeboten. Transparenz wird auch immer eine größere Rolle spielen - und das merken wir als Designagentur speziell, da die Auslobung möglichst vieler „gesunder Inhalte“ und Herkunft der Lebensmittel stärker thematisiert werden soll.

## **Welche Referenz-Kunden können Sie benennen?**

Unsere Kunden: Spar, Maresi, Wojnar´s, Efko, Felix, Radatz, Ottakringer,...

Unsere Leistungsbereiche: Packaging Design, Printdesign, Fotografie und Foodstyling, Text, Illustration, Vermarktung und Produktionsbegleitung.

## **Wie sieht das Verhältnis von Neuentwicklung versus Relaunch aus?**

Normalerweise ist das Verhältnis mit 40/60 beziffern. Derzeit, corona-bedingt wurden jedoch viele Neuentwicklungen abgesagt oder verschoben, da liegen wir wohl eher bei 10/90

## **Was kann ein neues Packaging Design in Zahlen bewirken?**

Natürlich hängt die Wirkung eines neuen Produkts, einer neuen Verpackung auch immer von begleitenden Werbemaßnahmen ab. Jedoch kann man sagen, dass mehr als 60% der Käufer ihre Entscheidung am POS impulsiv treffen, somit spielt das Packagaging Design eine sehr wesentliche Rolle.

### **Rückfragen an:**

Mag. (FH) Barbara Posch

posch@derpfeil.at

www.derpfeil.at

facebook.com/studioderpfeil

instagram: studio\_derpfeil

derpfeil - studio für Grafik & Design

Hauptplatz 4

A-3002 Purkersdorf

Tel: 0676/5122912