



- 1** Neben Verpackungen können auch Displaylösungen zum Verkaufserfolg beitragen. (Fotos: Knauer)
- 2** Höchste Qualität, Sicherheit und Fälschungsschutz: diese Stichworte beschreiben die Anforderungen, welche heute an die Verpackungen von OTC-Produkten gestellt werden.
- 3** Die Ware soll am POS möglichst aufmerksamkeitsstark und prägnant wirken.

# Verpackungskompetenz für die Gesundheit

## OTC-Produkte befinden sich im Wettbewerb am POS

Sobald ein Kunde darüber entscheiden kann, zu welchem Produkt er greift, ist der Kampf um Aufmerksamkeit am Point-of-Sale eröffnet. Während bei verschreibungspflichtigen Medikamenten der Arzt je nach Krankenkasse entscheidet, welches Medikament verschrieben werden kann, befindet sich jedes OTC-Produkt von Anfang an im Wettbewerb. Dabei ist nicht nur die Wirksamkeit des Produkts wichtig: Weitere Faktoren, wie Verpackungsgestaltung, eine gewisse Convenience-Freundlichkeit und auch der Preis, gewinnen an Bedeutung. Für Hersteller von OTC-Produkten ist es daher sinnvoll, mit einem zuverlässigen und erfahrenen Partner im Verpackungsbereich zu kooperieren.

**H**öchste Qualität, Sicherheit und Fälschungsschutz: diese Stichworte beschreiben die Anforderungen, welche heute an die Verpackungen von OTC-Produkten gestellt werden. Dazu kommt der Wunsch, die Ware am POS möglichst aufmerksamkeitsstark und prägnant wirken zu lassen. Oliver Wedinger, Key-Account-Manager bei Karl Knauer, meint: „Auch in der Pharma- und Gesundheitsbranche tragen Verpackungen mit ihrer Konstruktion und Veredelungsqualität als wesentlicher Faktor zum Wert der Marke bei. Der Wert eines Produkts wird auch durch eine visuell ansprechende Verpackungsgestaltung unterstrichen.“

Vielfältige Veredelungsmöglichkeiten stellt der Verpackungsexperte zur Auswahl: neben verschiedenen Folienprägungen zählen Laserstanzungen, Holografie-Lackierungen und der Einsatz von Ef-



fektfarben zum Repertoire der Karl Knauer KG. Darüber hinaus geht die Verpackungsgestaltung in eine neue Dimension: Duftveredelung und gedruckte Elektronik sprechen alle Sinne des Kunden an. Und das direkt im Verkaufsraum. „Es ist klar, dass eine solche hochwertig veredelte Verpackung eindeutig zur Kaufentscheidung beiträgt“, ist sich Wedinger sicher.

### Individuelle Information und Beratung

Neben Verpackungen können auch Displaylösungen zum Verkaufserfolg beitragen. Das Display „Au-Ge“ ist eine interaktive Lösung, die nicht nur als Eye-Catcher wirkt, sondern zugleich eine virtuelle Beratung für jeden Kunden bereithält. Das Besondere daran: die Alters- und Geschlechtererkennung. Nach einem Scan der davor stehenden Person erkennt das Au-Ge die Zielgruppe, und ein Film mit den passenden Informationen wird abgespielt. Ein weiterer Vorteil des Displays: der Kunde kann sich über sensible Themen, die er vielleicht nicht gerne direkt dem Apotheker vortragen möchte, diskret informieren.

„Die erste Version des Displays Au-Ge produzierten wir für das Produkt Granufink (Omega-Pharma), ein Mittel zur Stärkung der Blase“, erzählt Oliver Wedinger. „Unterschiedliche Produktvideos standen mit diesem Display der jeweils passenden Zielgruppe zur Verfügung und wurden nach der Erkennung direkt abgespielt. Als Erstberatung und Einführung in das Thema sowie als Informationshilfe erwies das Display hier detaillierte Dienste.“ Aber das Display ist nicht nur für sensible Themen geeignet, sondern immer dann ideal, wenn es um eine zielgerichtete interaktive Erstinformation von Verbrauchern direkt am POS geht.

Ein weiterer Weg, Kunden direkt zu einem Produkt zu informieren, liegt im Bedruck der Schachtel. Viele Verpackungen sind so klein, dass ausführliche Informationen auf dem Beipackzettel oder in kleinster Schrift aufgedruckt werden. „Für ältere Menschen oder Personen, die unter einer Sehschwäche leiden, bietet es sich an, einen Data-Matrix-Code auf die Verpackung zu drucken“, erklärt Wedinger.

Hinterlegt werden können sowohl schriftliche als auch auditiv gestaltete Informationen. In der Erweiterung ist sogar eine Never-out-of-Stock (NOS)-Lösung denkbar, die bei der Apotheke automatisch nachbestellt, wenn sich der Packungsinhalt dem Ende zuneigt.

### Sicherheit, für Produkt und Marke

In den letzten Jahren wurde Produktpiraterie im Bereich hochpreisiger Produkte ein ernst zu nehmendes Problem. Jeder Hersteller ist daran interessiert, seine Produkte und damit auch seine Marke zu schützen. Dabei helfen kann eine Lösung namens Verida, welche Produkt- und Markenschutz kombiniert. „Jedes Produkt kann entweder direkt oder über seine Verpackung als Original gekennzeichnet werden“, so Wedinger.

Verschiedene zusätzliche Sicherheitsstufen sind möglich – von der sichtbaren Kennzeichnung mit Hologrammen bis hin zu dem Aufdruck eines fälschungssicheren Codes, der mit dem Smartphone ausgelesen werden kann. Hochsicherheitstechnik, wie sie etwa beim Druck von Geldscheinen zum Einsatz kommt, lässt sich ebenfalls mit Verida umsetzen. Der positive Nebeneffekt: Auch die proaktive Marktbeobachtung und die Erkennung von Fälschungszonen und Grauimporten wird durch Verida ermöglicht. ■