

Kekswerkstatt: Kraftpapieroptik und Naturhaptik, im Offsetdruck veredelt



Quelle: Knauer

Lebensmittel

Naturoptik und -haptik

Der multisensorische Ansatz einer Verpackung kann dabei helfen, den Kunden zu überraschen, zu begeistern und als Marke nachhaltig in Erinnerung zu bleiben.

Der first moment of truth ist genau der Moment, in dem ein Kunde eine Verpackung sieht. Dieser kurze Augenblick muss so überzeugend sein, dass die Verpackung aus dem stetig wachsenden Angebot im Supermarkt heraussticht und dazu auffordert, das Produkt in die Hand zu nehmen. Dieser Effekt kann mit unterschiedlichen Mitteln erzielt werden, angefangen von einer sich von der Masse abhebenden Gestaltung bis hin zum Einsatz von Leuchteffekten, Tonsignalen und Düften.

Ganzheitliche Sinnesansprache

Ist das Interesse des Kunden geweckt, kommt der zweite Moment: Das Produkt wird dem Regal entnommen und überzeugt im besten Fall mit einer überraschenden Haptik. Auch in dieser Hinsicht muss die Verpackung begeistern. „Je mehr Sinne angesprochen werden, desto länger

sich auch genau so anfühlt, ist die Sinnesansprache besonders eindrücklich. Diesen „natürlichen“ Effekt erzielt die Karl Knauer KG durch die intelligente Kombination von Material, Druck, speziellem Lack und einem darauf abgestimmten Design.

Körbe und Schalen aus diesem Material eignen sich besonders gut für alle natürlichen Produkte wie Müsli, Obst, Gemüse und Backwaren, aber auch ganz andere Produktbereiche wie Craft Bier, Säfte und Kosmetik. Auf Kundenwunsch kann der verwendete Karton auch FSC-zertifiziert sein, damit die Verpackung nicht nur natürlich aussieht und sich so anfühlt, sondern auch in der Herstellung absolut umweltverträglich ist.

Banderolen in Naturoptik- und Haptik

Feto, ein Produkt aus Tofu, wird seit 2016 mit einer Banderole in Naturoptik und -haptik ausgeliefert. Das natürliche Produkt wird im Lebensmittel-einzelhandel im Kühlregal angeboten, die Banderole funktioniert als Sekundärverpackung. Die Anforderung an die Banderole war klar formuliert: Die Wertigkeit der Sekundärverpackung sollte die Natürlichkeit des Produkts unterstreichen und hervorheben und damit langfristig den Verkaufserfolg steigern. Darüber hinaus musste das verwendete Material auf das Kühlumfeld angepasst werden, ebenso die Lacke und Farben für den Druck.

„Eine Aufwertung der Produktverpackung durch den Einsatz einer Banderole in natürlicher, zu unserem Produkt passender, Optik war unser Ziel. Dass wir unsere Kunden darüber hinaus auch mit einer überraschend anderen Haptik überzeugen können, hat uns besonders gefreut!“, erklärt Susanne Grießer von Taifun-Tofu. „In Zusammenarbeit mit der Karl Knauer KG konnten wir unserem Naturprodukt eine natürliche Hülle verpassen, die nicht nur den Blick fängt, sondern auch haptisch überzeugt.“

» Je mehr Sinne angesprochen werden, desto nachhaltiger überzeugt das Produkt in seiner Gesamtheit! «

Bernd Wussler, Key Account Manager, Karl Knauer KG

bleibt die Erfahrung im Gedächtnis des Kunden haften, desto nachhaltiger überzeugt das Produkt in seiner Gesamtheit und zahlt damit langfristig auf das Konto der Marke ein“, erklärt Bernd Wussler, Key Account Manager der Karl Knauer KG.

FSC zertifiziert

Bei Verpackungen aus Karton, bei denen der Karton nicht nur so aussieht wie Holz, sondern



Taifun-Tofu: „Haptik der natürlichen Hülle überzeugt“



Bonbons aus der Kekswerkstatt

Die Backwaren der Firma Kekswerkstatt sind handgemacht, überzeugen durch beste Qualität und eignen sich hervorragend als Geschenk für Kunden, Mitarbeiter oder Freunde. Die ausgefallenen Kreationen zeichnen sich durch natürliche Zutaten aus und genau das sollte durch eine entsprechende Verpackung dargestellt werden. Für eine zeitlich limitierte Edition von Bonbons konnte die Knauer KG die passende Verpackungslösung bieten: Die fertige Verpackung überzeugte den Kunden mit Kraftpapieroptik und Naturhaptik im Offsetdruck. „Auch für unsere Kekse haben wir im Rahmen einer Aktion eine ganz besondere Verpackung in Auftrag gegeben: Die Verpackung sollte die Natürlichkeit unserer Produkte widerspiegeln und damit unsere Glaubwürdigkeit als Hersteller nachhaltiger Backwaren unterstreichen. Mit der Verpackung in Naturhaptik und -optik in brilliantem Farbdruck haben wir genau das erreicht: Ein ganzheitliches Konzept, vom Einkauf natürlicher Backzutaten bis hin zu einer passenden Verpackung,“ erläutert Sebastian Reza, von Kekswerkstatt. ■

Hintergrund

Gutes Gefühl

Die Begeisterung auf den ersten Blick, der first moment of truth, wird immer wichtiger, wenn es darum geht, den Kunden am PoS zu einem Produkt zu führen. Was danach kommt, ist nicht weniger wichtig: Der Kunde nimmt das Produkt aus dem Regal, fühlt und begutachtet es. Gut gelingt diese umfassende Kundenansprache mit Verpackungen in Naturoptik und -haptik, wie sie z. B. auch die Karl Knauer KG produziert.