

Verpackungs-Innovation: Am Verkaufsort und in der Produktion

Erfolgreiche Marken bauen auf innovative und effiziente Verpackungslösungen mit hohem Verbrauchernutzen.



Markenentwicklung

Viele Marken der Lebensmittelbranche befinden sich heute an einem entscheidenden Punkt ihrer Entwicklung: Nach Jahren, oft Jahrzehnten, in denen Kundenbeziehungen aufgebaut wurden, müssen sich Marken neu erfinden. Verpackungstechniken helfen dabei Produktkategorien völlig neu zu definieren und kreieren in einigen Fällen sogar unter einer etablierten Marke ein völlig neues Produkt.

Innovation von Grund auf:

Das Beispiel des Pull Pack

Ein gutes Beispiel für einen proaktiven Einfluss der Verpackungstechnik auf das Design einer Marke ist der Pull Pack von

Sigpack Systems. Pull Pack ermöglicht dem Verbraucher durch einfaches, festes Ziehen an der Verpackung einen schnellen Zugang zum Inhalt, ohne mit dem Produkt in Kontakt zu kommen. Dieses Konzept wurde nicht etwa von Designern erfunden und dann dem Verpackungssektor zugeführt. Es war das Team von Sigpack Systems, das mit seiner Fachkenntnis eine neue Verpackung kreieren wollte, die lediglich eine minimale Modifizierung bestehender Verpackungslinien erfordert.

Innovation und Wahrnehmung

Aus einer neuen Marke entsteht oft eine völlig neue Produktkategorie. Bistro Tea (www.bistrotea.com) ist ein gutes

Beispiel hierfür: Die Verpackungsart beeinflusst entscheidend, wie das Teeprodukt vom Kunden wahrgenommen wird. Bistro Tea verwendet Stick Pack-Technologie von Sigpack Systems – perforierte Foliensticks, die der Verbraucher einfach in heißes oder kaltes Wasser taucht. Zusammen mit der hygienischen Weiterverpackung im Pull Pack (siehe Bild unten) bilden zwei Innovationen das perfekte Verpackungssystem. Das Öffnen und Konsumieren des Produktes werden zum Erlebnis.

Vorzüge der Automation

Die Entwicklung einer Marke ist natürlich komplexer als reine Designentwicklung. Produktionskosten sind ein weiterer

Pull Pack und Stick-Pack –
Die erfolgversprechende Kombination von
zwei innovativen Verpackungslösungen





Faktor und Kostenbewusstsein gepaart mit kreativem Design erweisen sich für Marken oft als Erfolgsformel. Auch Roboter, die früher als zu teuer und kaum handhabbar für die Lebensmittelherstellung und -verpackung galten, sind heute wesentlich preisgünstiger. Ihre hohe Flexibilität wirkt sich zudem positiv auf die Produktionsgeschwindigkeit aus.

Weniger ist mehr

Effizienz ist ebenfalls entscheidend für Verpackungslinien. Hier ist weniger oft mehr. So führte Sigpack Systems unlängst ein neues Schlauchbeutelverfahren ein, das weniger Raum beansprucht und die gesamte Verpackungslogistik in einer Maschine vereint. Früher waren

hierfür neben dem Schlauchbeutelssystem auch Top- und Trayloader erforderlich.

Überschneidungs-Potenzial

Einige der größten Fortschritte für die Verpackung von Lebensmitteln könnten von der Pharmaindustrie kommen. Eine Methode, die gegenwärtig an verschiedene spezifische Anforderungen der pharmazeutischen Industrie angepasst wird, ist PAT (Process Analytical Technology). PAT funktioniert wie ein geschlossenes Regelsystem – zum nächsten Schritt wird erst dann übergegangen, wenn alle Probleme behoben sind. Echte Innovation ist das Resultat umfassender Analysen und Investitionen in die

Entwicklung und Anpassung spezifischer Technologien, die die PAT-Voraussetzungen erfüllen.

Fazit

Letztlich entscheiden die Verbraucher über den Markterfolg. Für eine erfolgreiche Marktentwicklung und Wertzuordnung müssen sie jedoch Innovationen zur Auswahl haben. Eine Zusammenarbeit mit den Verpackungsexperten von Bosch bei Etablierung oder Änderung der Verpackungslogistik erhöht die Erfolgchancen sowohl am Verkaufsort als auch in der Produktion.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Ulrike Probst

Telefon +41 52 674 8053

ulrike.probst@boschpackaging.com

