

FACHARTIKEL

November 2019

Multitalent Wellpappe

Als Verpackungsmaterial ist Wellpappe für den stationären Einzelhandel nicht wegzudenken. Abgesehen von Transport und Logistik leistet sie dort auch einen wesentlichen Beitrag dazu, um Kunden zu gewinnen.

Wellpappe ist mit einem Anteil von zwei Dritteln die am meisten verwendete Transportverpackung in Deutschland. Als Sekundärverpackung profitiert sie wie kein anderes Material vom wachsenden Online-Handel. Ihre wichtige Rolle in den Verkaufsräumen des stationären Handels wird aber häufig unterschätzt. Dort ist sie logistisches Hilfsmittel und Werbemittel zugleich - ob als Abgrenzung zum benachbarten Produkt und zur schnellen Verräumung in den Regalen, als stapelbare Kartons und Trays, als Display-Kartons oder ganze Display-Konzepte und Aufsteller.

Welchen Beitrag die Wellpappe leisten kann, um den stationären Handel zukunftsfest zu machen, hat die im Auftrag des Verbands der Wellpappe (VDW) erstellte Studie des Instituts für Handelsforschung (IFH), Köln, mit dem Titel „Handel im Wandel“ untersucht. Die Studie wurde auf dem Forum Wellpappe während der FachPack 2019 vorgestellt. Dabei haben die Analysten drei Kernthemen ausgemacht: Nachhaltigkeit, Convenience sowie das besondere Einkaufserlebnis für die Verbraucher.

Nachhaltigkeit – Ein Trend, der gekommen ist, um zu bleiben

Wie die FachPack eindrucksvoll gezeigt hat, ist das Thema Nachhaltigkeit in der Verpackungsbranche auf breiter Front angekommen. Damit wird auch einem wichtigen Wunsch der Verbraucher entsprochen. Zu diesem Ergebnis kommt auch die Studie „Handel im Wandel“: 93 Prozent der Befragten geben darin an, dass ihnen Nachhaltigkeit „persönlich wichtig“ ist. Gefragt, welche Eigenschaften von Verpackungen zukünftig an Bedeutung gewinnen werden, nannten jeweils neun von zehn Befragten Recyclingfähigkeit, Vermeidung von Plastikmüll sowie umweltverträgliche Materialien.

Eine große Chance für die Wellpappe liegt dabei in ihrer Wahrnehmung als umweltfreundliches Verpackungsmaterial. Der Studie zufolge nehmen die Konsumenten Verpackungen aus Pappe als besonders natürlich und nachhaltig wahr.

Veranstalter**Organizer**

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum
90471 Nürnberg
Germany
T +49 9 11 86 06-0
F +49 9 11 86 06-82 28
fachpack@nuernbergmesse.de
www.fachpack.de

**Vorsitzender des Aufsichtsrates
Chairman of the Supervisory Board**

Albert Füracker, MdL
Bayerischer Staatsminister der
Finanzen und für Heimat
Bavarian State Minister of Finance
and Regional Identity

**Geschäftsführer
CEOs**

Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann

Registergericht

Registration Number
HRB 761 Nürnberg

Etwa 90 Prozent der Kunden sind daran interessiert, plastikfrei einzukaufen. 93 Prozent wünschen sich, dass Plastikverpackungen mehr und mehr durch Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen ersetzt werden.

Der Anspruch nach nachhaltigen Produkten tritt in der Realität aber häufig hinter die Bequemlichkeit. Doch dieser Aspekt ist auch ein Pluspunkt für die Wellpappe: Sie kann mit ihrer idealen Recyclingfähigkeit und als nachwachsender Rohstoff mit Nachhaltigkeit überzeugen. Darüber hinaus trägt sie zum wichtigen Aspekt der Convenience bei.

Convenience - Einkaufen muss unkompliziert sein

Verbraucher erwarten, dass ihr Einkauf – ähnlich wie im Online-Shop – unkompliziert ist und sie schnell finden, wonach sie suchen. Dieser Punkt ist für 90 % der Befragten von Bedeutung. Für den Einzelhändler heißt das: Sortiment und Produktinformationen müssen durch eine übersichtliche Ladengestaltung schnell erfassbar sein. Dazu tragen Shelf-Ready-Verpackungen aus Wellpappe bei, da sie Produktkategorien und Marken optisch voneinander trennen. Diese regalfertigen Kartons sind für den Transport verschlossen und werden im Supermarkt so geöffnet, dass sie nur noch im Regal platziert werden müssen.

Außerdem können Marken auffallende Displays dazu nutzen, um sich von der Konkurrenz abzuheben und dadurch die Umsätze zu erhöhen. Intelligent gestaltete Sekundär-Verpackungen aus Wellpappe dienen so als ein Differenzierungsmerkmal für die Supermärkte.

Schaffung von Einkaufserlebnissen

Neben der optischen Gestaltung dient auch zukunftsorientiertes Verpackungsdesign als ein Differenzierungsmerkmal, das der stationäre Handel dem Onlinehandel voraushat. Werden neben ansprechendem Design auch digitale Verknüpfungen angeboten, kann der Informationsgehalt und Mehrwert des Produkts erhöht werden. Das kommt auch bei den Kunden an: Der Studie zufolge mögen es 38 Prozent der Konsumenten, wenn bestimmte Produkte durch große Aktionselemente im Laden in den Vordergrund gestellt werden. Bei Verbrauchern, die ihr Smartphone intensiv nutzen sind es sogar zwölf Prozentpunkte mehr. Diese Gruppe will über Aufdrucke auf Displays, Produkt- oder Regalverpackungen an zusätzliche Informationen gelangen.

Abgesehen von einem digitalen Mehrwert bleibt die Möglichkeit, Dinge sinnlich zu erfahren, nach wie vor ein Alleinstellungsmerkmal des stationären Handels. Dieses nutzen die Einzelhändler indem sie ihre Verkaufsflächen zunehmend als Einkaufswelten gestalten. Ziel ist es eine Umgebung zu schaffen, die in positiver Erinnerung bleibt. Die Wellpappe trägt in Form von Displays, Aufstellern und Deckenhängern zur Inszenierung dieser Shopping-Welt bei. Mit ihnen lassen sich Aktionswochen mit speziellen Verkostungs- und Beratungsangeboten oder Bistro-Gastronomie überzeugend gestalten. Gerade vor Weihnachten stellen sie saisonale Produkte ins Rampenlicht und schaffen eine zur Jahreszeit passende Atmosphäre. Diese Produktpräsentationen fallen auf und tragen dazu bei, dass die Kunden gerne zugreifen und wiederkommen.

Die Wellpappe punktet also keinesfalls nur beim Produktschutz und in der Logistik. Ihre Funktion als nachhaltiges Verpackungsmaterial und preiswertes Marketinginstrument hilft dabei, den Handel fit für die Herausforderungen der Zukunft zu machen.

Ansprechpartner für Presse und Medien

Katja Feeß, Lisa Hartbrich

T +49 9 11 86 06-88 25

F +49 9 11 86 06-12 88 25

lisa.hartbrich@nuernbergmesse.de

Alle Presstexte sowie weiterführende Infos, Fachartikel, Fotos und Videos im Newsroom unter: **www.fachpack.de/news**

Weitere Services für Journalisten und Medienvertreter unter:

www.fachpack.de/presse