

Schöne Produkte schön verpacken

MULTISENSORISCHES MARKETING MIT VERPACKUNGEN

Vom Strauß über Geschenke, Accessoires, Gutscheine bis hin zu Pflanzen gibt es im Blumen-geschäft vielerlei zu verpacken. Nicht nur zum Schutz der Ware, sondern auch, um die Kunden emotional zu binden und das eigene Unternehmen positiv in die Öffentlichkeit zu tragen. Simone Angst-Muth stellt begreifbare und erprobte Beispiele aus der Praxis vor.

Text: Simone Angst-Muth, Würzburg Abbildungen: sam Agentur für Kommunikation, Würzburg 6; Höller, Graz 2



1



2

Theoretisch könnte man einen zauberhaften Strauß oder ein schönes Gefäß in neutrales Papier verpacken oder in einer Tragetasche von der Stange übergeben. Der Gutschein könnte in einen konventionellen Umschlag gesteckt und die Veilchen in einer Kiste vom Supermarkt um die Ecke überreicht werden. Als „quadratisch, praktisch, gut“ ließe sich dieser Gedanke beschreiben, der dem Sparwillen folgt. Doch sei die Frage erlaubt, ob hier nicht am falschen Ende gespart wird. Sie stellt sich spätestens, wenn der Kunde das Geschäft mit seinen

frisch erworbenen Schätzen unterm Arm bepackt verlässt. Dem begeisterten Kunden wird die Chance genommen, für Sie als Multiplikator zu agieren. Und Ihnen die Möglichkeit, die Werbetrommel ganz ohne Schaltkosten zu rühren.

Anziehend einpacken

Kunden wollen mit und über den Einkauf hinaus emotionalisiert werden. Sie möchten das sichere Gefühl haben, sich etwas Schönes gegönnt zu haben. Dazu gehört das Touch-Feeling: Haptische Medien

schaffen Verbindlichkeit. Sie sind „begreifbar“ und gehören zum multisensorischen Marketing. Die finanzielle Wertschätzung wächst durch attraktive Verpackungen, die das Produkt zur „Marke“ machen. Tragen die Kunden „ihre Beute“ in einer geschmackvollen Tasche oder einem dekorativen Papier stolz nach Hause, geben sie freiwillig und offenkundig ein Statement ab, welche Marke sie präferieren. Ganz archaische Motive liegen diesem Verhalten zugrunde und es ist mehr als legitim, sie im beiderseitigen Interesse zu nutzen.



3



4

Hochwertige Papiere müssen nicht teurer als „normales“ Papier sein. Es gibt wunderbare Papiere, die abseits der Hochglanzkultur sehr ausdrucksstark sind. Entscheidend ist, Haptik und Oberflächenstruktur des Papiers auf das Erscheinungsbild und die Firmenphilosophie abzustimmen.

Frische Töne im Sommer, warme Farben im Winter

In der Praxis erweist es sich oft als positiv, mit verschiedenen Farben zu arbeiten, die das Erscheinungsbild aufgreifen und damit die Wiedererkennbarkeit erhöhen. Im Frühling und Sommer lieben die Kunden duftige, frische Farben, im Winter eher warme und erdige Töne. Bei „Höller Die Genussgärtner“ prägen zum Beispiel Hellgrün und dunkles Purpur das Corporate Design und die Verpackungslinie. Der Digitaldruck ist bei Einpackpapieren und Tragetaschen technisch nicht möglich. Daher ist der Einzelpreis von Tragetaschen ab Auflagen von 3000 bis 5000 Stück günstig. Die Low-Budget Version wäre: vorkonfektionierte Taschen verwenden und sie mit schönen Anhängern im eigenen Firmendesign versehen. Im Vergleich zu Papiertüten haben Kunststofftüten den Vorteil, dass sie wasserdicht

3 + 4 Gärtnerei Höller

Intelligent gestaltet, avanciert Einpackpapier zur Geschenkverpackung, wie es die „Genussgärtner“ von Höller in der Steiermark praktizieren. Die Entwürfe der vom sam-Team entwickelten Einpackpapiere machen es möglich, dass das Signet in einer weißen Banderole prominent platziert ist und schnell erfasst werden kann. Außerdem weist der Entwurf charmant darauf hin, dass Höller mit Recyclingpapier auf nachhaltige Schönheit setzt. Die Produkte werden je nach Kundenwunsch in zwei Farbvarianten eingehüllt. Auch die Tragetaschen passen zum Erscheinungsbild. Sie sind vom Griff bis zum Boden aus mattem Naturpapier gefertigt und unterstreichen die Firmenphilosophie, so natürlich wie möglich zu arbeiten. Der Effekt: Kunden fragen danach, „ob sie auch so eine schöne Tragetasche bekommen können“. Sie lassen sich gerne mit der Tasche sehen – auch außerhalb der Gärtnerei.

1 + 2 Gartencenter Meier

Die Ernst Meier AG in der Schweiz wünschte sich Verpackungsmaterialien, die nachhaltig und attraktiv sind. Deshalb schlug die sam-Agentur Baumwolltragetaschen mit einem hochwertigen Druck vor, die wasch- und vielfach nutzbar sind. Sie werben in frischem Firmen-Grün für den „Treffpunkt für Gartengenießler“. Prominent an der Kasse platziert, wird das Modell an die Kunden verkauft. Ergänzend dazu gibt es einen Karton für den sauberen Pflanzentransport. Viele Kunden bringen den Karton dank seiner Stabilität beim nächsten Einkauf wieder mit. Andere nutzen ihn zum Lagern von Blumenzwiebeln, Gartengeräten und Werkzeugen. Der nachhaltige Ansatz ist in Erfüllung gegangen, das Image als umweltfreundlich agierendes Unternehmen manifestiert. Die Verpackungen „tragen“ buchstäblich dazu bei, dass die Loyalität der Kunden steigt.

Kontakt: Simone Angst-Muth, sam Agentur für Kommunikation, Würzburg, Tel. 0931/960026, info@sam-wuerzburg.de



1 Gärtnerei Scherdi

Um wie viel mehr an Wertigkeit gewinnt ein Geschenkgutschein, wenn er in einem Papierkuvert überreicht wird, das sich gut und edel anfühlt. Er entwickelt Handschmeichler-Qualitäten und kann gleichzeitig das Leistungsspektrum visuell und sprachlich attraktiv darstellen. Denn wer weiß, vielleicht kennt der oder die Beschenkte Ihren Betrieb noch gar nicht. Schließlich zählt der erste Eindruck. Die Kunden werden sich über die schicke Verpackung freuen und Sie machen die Philosophie Ihres Hauses „begreifbar“. Hier ist eine Gutscheinverpackung der Gärtnerei Scherdi in Hofstetten abgebildet.



sind. Außerdem können mit ihnen vor allem schwerere „Errungenschaften“ risikolos transportiert werden.

Diskussion über die Umweltverträglichkeit

Was die Umweltverträglichkeit betrifft, liefern sich Holz- und Kunststoffindustrie einen Argumentationskrieg. Diskutiert wird, inwieweit und in welcher Zeit die Produkte biologisch abbaubar sind und ob und wie oft sie recycelt werden können.



2 Einkaufsgarten Campo Verde

Neben Papier gibt es auch wertige Kunststoff-Varianten. Für den Einkaufsgarten Campo Verde von Häuslermann in Möglingen wählte die sam Agentur opaken Kunststoff aus. Die Gestaltung ist so angelegt, dass sich hinter dem blickdichten Sockel die Töpfe verstecken und nur die bunten Blüten hinter den aquarellierten Gräsern hervorschauen. So begehrenswert und imageträchtig lassen sich Einkäufe verpacken! Schaut man auf die Schultern der Gartenfestival-Besucher im Ludwigsburger Blühenden Barock, findet die Tasche und ihr Inhalt offenbar reißenden Absatz. Der Auftritt macht das Unternehmen von Festival zu Festival bekannter.



3 Blumen Bühler

Für Floristen, die lieber mit neutralen Papieren statt mit Firmendruck arbeiten, bieten sich Kärtchen an. Blumen Bühler in Übersee am Chiemsee zum Beispiel tackert Gedichtkärtchen an die Verpackung – wunderschönen Kärtchen mit jahreszeitlich wechselnden Gedichten, auf der Rückseite steht die Adresse. Das schafft Kontakt, Gesprächsstoff und man schaut sich die Verpackung immer wieder bewusst an. Das Papier ist graubraun, sodass sich die Kärtchen gut abheben. Das wertet die Verpackung auf. Diese Kärtchen werden auch genutzt, um auf Events aufmerksam zu machen.