

Die Verpackung als USP

Verpackungen verleihen einem Produkt Identität und Persönlichkeit. Besonders dann, wenn sie in ihrer Art einmalig und damit nicht kopierbar sind. Sie werden zu einer USP, einem einzigartigen Verkaufsargument. Die SIG Combiblock hat nun an der Costa Brava die erste Combishape-Anlage mit CAPSA, dem Marktleader im spanischen Molkereimarkt, installiert. Das Marketingkonzept von CAPSA dreht sich um eine USP!

Grundsätzlich gibt es keine grössere Chance für einen Verkäufer als eine USP, eine Unique Selling Proposition, ein Verkaufsargument also, das die Konkurrenz nicht anbieten kann. Das bedeutendste Beispiel im Bereich der Verpackungen ist vermutlich die erste Coca-Cola-Flasche, die dank ihrer einmaligen Form auch heute noch Kultcharakter hat, auch wenn Coca-Cola heute nicht mehr so erfolgverwöhnt ist, wie in der Vergangenheit. Vielleicht liegt es auch daran, dass Rationalisierungszwänge die PET-Flasche und damit den USP rund geschliffen haben.

Die Combishape-Anlage

Der SIG-Konzern ist in den letzten Jahren umgebaut worden und präsentiert sich heute als globaler Konzern, der sich ausschliesslich dem Thema der aseptischen Abfüllung von Getränken widmet. Er besteht aus den beiden Divisionen SIG Beverages, und SIG Combiblock.

SIG Beverages bietet Systemlösungen für die Befüllung von Kunststoff- und Glasflaschen an, und SIG Combiblock baut Abfüllanlagen und liefert Verpackungsmaterial zur Produktion und Befüllung von aseptischen Getränkekartons.

Mit dem Combiblock-Know-how aus der ehemaligen PKL

stieg SIG in die Entwicklung einer neuen Anlage ein, mit dem Ziel, Getränkekartons mit individuellen Formen zu produzieren. Daraus resultierte der Combishape-Prozess.

Das Combishape-Konzept beruht auf einer neuartigen Konstruktion, indem die Packung aus Einzelteilen aufgebaut und versiegelt wird. Die Basis der Packung bildet der Boden, der diverse Formen haben kann, und zusammen mit Mantel und Deckel die Form



Eine Vielzahl von Formen und Grössen.

und das Aussehen der Packung bestimmt. Ein weiterer Baustein ist das dreiteilige Verschlussystem mit Adapter, Versiegel- und Aufreissfolie und dem Schraubdeckel.

Für Boden, Mantel und Deckel werden die Standardverbundkartons eingesetzt, die sich bei den Combiblock-Brickpackungen bewährt haben. Der Karton wird jedoch im Gegensatz



Die Maschine produziert und füllt die Packung in 14 Arbeitsschritten.

zum Combiblock-System nicht vorgestanzt, sondern als Rollenmaterial auf die Anlage aufgesetzt.

In 14 einzelnen Arbeitsschritten produziert die Anlage die Packung und füllt das Produkt: von der Lochstanzung über die H₂O₂-Sterilisation bis zum Verschliessen der gefüllten Verpackung.

Für eine Investition von grob 4.5 bis 6 Mio. Franken erhält man eine Anlage mit einer Leistung von bis zu 10 000 Packungen pro Stunde. – Und der Zusicherung, dass man die gewählte Verpackungsform in seinem Markt mit keinem Konkurrenten teilen muss. Die USP ist sozusagen in die Partnerschaft von Verpackungslieferant und Abfüller eingebaut.

CAPSA und der spanische Markt

CAPSA ist der erste Käufer einer solchen Anlage. CAPSA (Corporation Alimentaria Peñasanta, SA) mit dem Hauptsitz in Asturien, acht Produktionsstätten und den Marken *Asturiana*, ATO und LARSA ist mit einem Umsatz von 700 Mio. Euro einer der Marktführer im spanischen Molkereimarkt.

Der spanische Markt für hochwertige Lebensmittel hat sich in den letzten Jahren stark entwickelt und CAPSA hat davon profitiert. Doch heute ist der Markt reif, und das Gewinnen von Marktanteilen ist mit grossem Aufwand verbunden. Das Unternehmen ist jedoch marktorientiert und hat schon früh auf Premium-Produkte mit besseren Margen gesetzt und relativ viel Geld in Verpackungsgestaltung und Werbung gesteckt. Rund 2.5% Umsatzprozent werden zurzeit in die Werbung investiert. Wobei sich die Klippen der Atlantikküste und die grünen und weissen Gebirgslandschaften Asturiens als Stimmungsmacher für Frische und Gesundheit anbieten und auch ausgiebig genutzt werden.

Unter der Marke *Asturiana* werden auch Functional Food-Getränke auf Milchbasis (unter anderem mit Calcium oder Ballaststoffen) angeboten. Und für diese Produkte wurde nun eine SIG Combishape angeschafft und im neuen Werk Vidreres an der Costa Brava installiert. Das erste Produkt, das darauf läuft, ist das Produkt «*Natur-Línea*», eine fettreduzierten Milch, die mit *Tonalin*[®], konjugierter Linolsäure (CLA), aus Distelöl angereichert wird. Das Produkt soll eine einfache Reduktion des Körperfettes um bis zu 20% ermöglichen.

Ein Claim, der in Spanien gut ankommen soll, denn auch in Spanien steigt Übergewicht und Fettleibigkeit, der Mittelmeerdiät zum Trotz, stark an.

Man hat bei CAPSA erkannt, dass das Image einer Marke für den Erfolg im Markt entscheidend ist. Und dieses wird gesteuert vom Produkt, der Positionierung, der Logistik und «last but not least» vom Verpackungsdesign. Daher suchte man Partner mit Verpackungskonzepten, welche das Bedürfnis nach Produktidentifizierung und -differenzierung erfüllen können. Von der neuen Verpackungslinie verspricht man sich daher einiges und ist darum auch bereit, vertiefte Partnerschaften mit dem Verpackungslieferanten einzugehen. Dabei geht es nicht um den Preis der Packung. Die Combishape-Packung kommt 10% bis 15% teurer zu stehen als die klassische Combiblock-Packung. Wichtig ist die optische und emotionale Qualität und kontinuierliche Innovationsmöglichkeiten in einem schnelllebigen Markt.

Und der spanische Markt hat offenbar im höherpreisigen Segment noch Potential. UHT-Milch in der Kartonpackung ist im Detailhandel für 0.78 Euro bis 0.84 Euro erhältlich. «*Natur-Línea*» ist für 1.55 Euro im Angebot. Ω



PAGO

Neues PAGO System 630 für rundum überzeugende Selbstklebeetikettierung

Das neue PAGO System 630 basiert auf einer stabil gebauten Rundläuferanlage und den zuverlässigen Etikettierköpfen der Serie Pagomat 6. Unterschiedlichste Produkte und Produktformen werden präzise und zuverlässig etikettiert. Dank der modularen Bauweise erfüllt das System die aktuellen und künftigen Anforderungen an die Etikettierung.

Die Produktausstattung mit Selbstklebeetiketten garantiert einen perfekten Markenauftritt mit beinahe unbegrenzten Möglichkeiten bezüglich Etiketten-Design und -Materialien.

Pago AG • Etiketten • Etikettiersysteme
Werdenstrasse 85 • Postfach • CH-9472 Grabs
Tel. 081 772 35 11 • Fax 081 772 36 55
admin@pago.ch • www.pago.ch • www.pago.com



www.pago-shop.ch Bestellservice für Etiketten und Zubehör