

## **„Wellpappe hat einfach fantastische Eigenschaften“**

**Interview mit Karel J. Golta, Gründer und Geschäftsführer des Unternehmens INDEED Innovation**

### **Worauf achten Sie und Ihr Unternehmen bei der Gestaltung von regalfertigen Transportverpackungen von Produkten besonders? Gelten dort besondere Regeln für das Verpackungsdesign?**

Die Transportverpackung von Produkten hat in unseren Augen eine völlig andere Aufgabe als z. B. eine Primärverpackung. Eine regalfertige Transportverpackung gibt der Verpackung und dem Produkt eine Bühne und ist essenzieller Bestandteil des Storytellings am POS. Neben den eher technischen, logistischen und rationalen Faktoren achten wir bei der Gestaltung vor allem darauf, dass der Konsument schon von Ferne die Anziehung spürt, die Umverpackung auffällt und eine erste Interaktion beginnen kann.

### **Die Transportverpackung soll die Produkte in erster Linie schützen. Inzwischen hat sie aber als Shelf Ready Packaging auch großen Einfluss auf die Warenpräsentation im Laden. Wie unterstützt ein gutes Verpackungsdesign den Verkauf?**

Die Verpackung und das Produkt sind Akteure, die eine Bühne brauchen. Im ‚Tante-Emma-Laden‘ ist das Interieur meist eine vorzüglich gestaltete Bühne. Im klassischen LEH hingegen muss jedes Sortiment, ja, jedes Produkt seine eigene Geschichte erzählen. Erfolgreich wird eine Story, wenn die Akteure und die Bühne aufeinander abgestimmt sind und gemeinsam bezaubern, erzählen und auffordern. Egoisten scheitern meistens.

### **Welche Vorteile bietet die attraktive Gestaltung von Shelf-Ready-Verpackungen im Markenlook am Point of Sale?**

Wir versuchen, unsere Kunden jeweils davon zu überzeugen, dass Einheitsbrei und Corporate Design-Hörigkeit selten zu mehr Absatz führen. Vielmehr gilt es, mittels Shelf-Ready-Verpackungen die Bedürfnisse der Produktinszenierung zu erfüllen und maßgeblich zu unterstützen. Da braucht es nicht immer gleich ein großes Logo, sondern eine Stimmung muss geschaffen werden, die das Verlangen und das Bedürfnis im Verbraucher weckt.

### **Wie kann Wellpappe zum gelungenen Markenauftritt beitragen?**

Wellpappe hat einfach fantastische Eigenschaften. Insbesondere die mechanische Belastbarkeit, aber auch die einfache Verarbeitung und die unendlichen Gestaltungsmöglichkeiten sind neben dem Faktor Nachhaltigkeit zu erwähnen.

**Welche Vorzüge haben papierbasierte Materialien für das Verpackungsdesign gegenüber anderen Materialien – auch unter dem Gesichtspunkt der Nachhaltigkeit?**

Wir erleben immer wieder, dass Verbraucher, sobald Papier im Spiel ist, eine Verpackung als viel ökologischer und nachhaltiger betrachten.

**Denken Sie, dass der Online-Shopping-Boom die Gestaltung von Versandverpackungen verändern wird? Und wenn ja, in welcher Form?**

Ich bin davon überzeugt, dass wir diesbezüglich in den nächsten fünf bis zehn Jahren einen gigantischen Wandel durchleben werden. Nichts wird mehr so sein, wie es mal war. Der Onlinehandel wird zunehmen, und damit die Shops überhaupt wirtschaftlich arbeiten können, muss sich in der Logistik und somit in der Verpackung alles ändern. Früher war ja die Verpackung dafür da, dass ich die Einkäufe vom Supermarkt nach Hause tragen kann. Das brauche ich online nicht mehr. Produkte werden dann auch nicht mehr wegen der Verpackung gekauft – diese war ja einzig für das Live-Erlebnis am POS gedacht – sondern wir werden eine ganz neue Art des Online-Shoppings erleben. Dabei werden die Logistikverpackung und die Nutzungsverpackung eine ganz neue Bedeutung haben. Papierbasierte Verpackungen werden eine nie gesehene Konjunktur erleben.

**Über INDEED Innovation**

Das Ende 2010 von Karel J. Golta gegründete Unternehmen für Design, Innovation und Engineering betreut von Hamburg aus namhafte Kunden wie Beiersdorf, Melitta, Henkel oder Montblanc und wurde für die erfolgreiche Arbeit bereits mehrfach ausgezeichnet, unter anderem mit dem if Award, dem Red Dot Design Award und dem German Design Award.

\* \* \*