

Die Kunst, richtig zu verpacken

Auf der Nürnberger FachPack zeigen 1465 Aussteller innovative Lösungen - vor 6 Stunden

NÜRNBERG - Ab heute bis einschließlich Donnerstag dreht sich auf der Nürnberger FachPack alles um das Thema Verpackung, Technik, Veredelung und Logistik. Es eine der wichtigsten europäischen Messen der Branche.



Für Andreas Reidl, Inhaber der A.G.E. – Agentur für Generationen-Marketing, ist die Banane ein Paradebeispiel für gute Verpackung: nämlich leicht zu öffnen.

Foto: NürnbergMesse

Mit Blistern hat wohl so ziemlich jeder schon Bekanntschaft gemacht. Diese stabile Verpackung schützt zum Beispiel Elektronikteile, wie Speicherkarten, ideal, erweist sich aber als äußerst widerstandsfähig, will man an den Inhalt ran. Fluchen hilft nicht, sondern meist nur der Griff zur Haushaltsschere oder einem Taschenmesser.

Dabei könnte alles so einfach sein — indem die Hersteller wiederverschließbare Klappblisters verwenden, wie sie etwa das Diethofener Familienunternehmen August Benker herstellt. Oder die Strubl KG aus Wendelstein, die gleich auf Beutel setzt, mit denen sich etwa Dübel oder Schrauben verpacken und obendrein auch noch nervenschonend öffnen lassen. „Der Beutel ist dem Blister überlegen“, sagt der geschäftsführende Gesellschafter Franz Strubl. Auf der

FachPack stellt er eine sogenannte Plug&Pack-Verpackungsmaschine vor: Vorne hängt man den Beutel rein, der dann in einem Arbeitsgang bedruckt, befüllt und verschlossen wird.

Senioren im Fokus

„Auspacken leicht gemacht“, ist denn auch das Motto einer Sonderschau, auf der auch eine spezielle Pillenverpackung vorgestellt wird, die Schluss macht mit der Suche nach dem angebrochenen Tablettenstreifen und mit zusammengeknüllten Beipackzetteln. Besonders für Senioren sei die „Medikabox“ geeignet, heißt es.

Eine Zielgruppe, auf die Industrie und Handel „immer mehr anspringen“, sagt Andreas Reidl, Inhaber der Nürnberger A.G.E. - Agentur für Generationen-Marketing. Er hat sich mit der Frage beschäftigt, wie Verpackungen für Ältere aussehen sollten: „Reizvoll sollten sie sein.“ Aber auch emotional und funktional: „Wir kaufen ein Produkt, das wir genießen wollen, und nicht eine Verpackung, die wir nicht öffnen können.“ Entscheidend seien die Gebrauchstauglichkeit und das Design. „Wer sich einmal über eine Verpackung ärgert, kauft sie kein zweites Mal“, so Reidl. Gerade für Senioren sei es wichtig, dass Verpackungen außerdem so beschriftet sind, dass man die Informationen auch gut lesen kann. Dies „ist entscheidend für das Kaufverhalten“.

Mit 1465 Ausstellern — 115 mehr als bei der letzten FachPack-Messe 2010 und rund 1100 allein aus Deutschland — sei die Messe „deutlich schneller als der Durchschnitt internationaler Messen in Deutschland“ gewachsen, berichtet Rolf Keller, Mitglied der Geschäftsleitung der NürnbergMesse. „Die FachPack macht ihrem Ruf als eines unserer Flaggschiffe alle Ehre.“ Und: „Die Stimmung vor Messebeginn ist ausgezeichnet.“

Nahezu 20 Millionen Tonnen Packmittel, also Verpackungen aus Papier, Karton, Pappe oder Glas und Kunststoff im Wert von mehr als 32 Mio. € produzierten deutsche Hersteller 2011 — ein Plus von acht Prozent. Für Verpackungsmaschinen prognostiziert der VDMA-Fachverband Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen für 2012 ein Plus von 14 Prozent.

ILONA HÖRATH

NÜRNBERGER
Nachrichten

Es ist noch kein persönlicher Kommentar vorhanden.



[Renditestark mit Edelholz](#)

Ökologisch und börsenunabhängig. Top-Renditen bis zu 12% p.a. und mehr.



[Mit Patenschaften helfen.](#)

Schenken Sie Kindern eine Zukunft! Mit nur 28 € pro Monat Pate werden.