

Point of Sale und E-Commerce

# Wenn der erste Eindruck zählt

Umsatz steigern, Kunden binden, Produkte emotional aufladen – solche Töne lassen das Herz von Marketingstrategen höher schlagen. Innovative und nachhaltige Verpackungs- und Displaylösungen bieten einen Mehrwert, der den (kauf-)entscheidenden Unterschied ausmachen kann.

Das gilt besonders für den heißumkämpften Lebensmittelmarkt, in dem es immer schwieriger wird, die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Je nach Warenkategorie werden bis zu 70 Prozent der Kaufentscheidungen erst am Point of Sale getroffen. Produktspezifische Display- und Verpackungslösungen ermöglichen hier, sich erfolgreich zu differenzieren: Sich im Handel positiv abzuheben, Kunden von einem Kauf zu überzeugen und die eigene Marke emotional aufzuladen und so den Shopper an das Produkt zu binden. DS Smith, einer der weltweit führenden Hersteller von innovativen und nachhaltigen Display- und Verpackungskonzepten, setzt bei seinen Entwicklungen daher auf eine enge Zusammenarbeit mit seinen Kunden. Im Fokus steht immer der jeweilige Supply Cycle des Produktes, um sicherzustellen, dass die maßgeschneiderten Verpackungslösungen an allen Stellen perfekt die Anforderungen erfüllen und so echten Mehrwert für die Lebensmittelhersteller generieren. Das Produktportfolio umfasst die gesamte Bandbreite, von Transport-, Konsumgüter- und Shelf-Ready-Verpackungen bis hin zu Display-Lösungen.

## Fokus auf echte Innovationen und Nachhaltigkeit

Besonderen Wert legt das Unternehmen auf kontinuierliche Innovationen

und Nachhaltigkeit. „In agilen Märkten und bei sich stetig wandelnden Rahmenbedingungen ist es für Lebensmittelhersteller entscheidend, die eigenen Verpackungen und Displays immer wieder kritisch auf den Prüfstand zu stellen“, betont Uwe Väth, Managing Director Deutschland und Schweiz bei DS Smith. „Dies kann zum Beispiel in unserem Impact Centre am Standort in Erlensee erfolgen. In einer realistischen Einzelhandelsumgebung, einem Einzelhandels-Lagerbereich sowie einer E-Commerce Area erhalten unsere Kunden hier Inspirationen und neue Ideen, um die eigenen Verpackungen zu optimieren. Dabei fließen neueste



Die Verpackungslösung E-Wrap: Mehr Freude am Auspacken



Ausgezeichnet mit dem Deutschen Verpackungspreis 2019: Displaylösung in Form gestapelter Koffer für die „Food Travel“ Instant Cups der Marke Maggi.

Industrie-, Markt- und Shopper-Kenntnisse ein.“

Erklärtes Ziel der Display- und Packaging-Strategen von DS Smith ist dabei immer: Den Umsatz der Kunden zu steigern, Prozesse zu optimieren und Produkte abverkaufsstark zu positionieren und zwar über alle Kanäle hinweg. Hochwertige Produkte erfordern eine ebensolche Präsentation, im Handel wie auch online. Zahlreiche Auszeichnungen belegen den Erfolg dieses Denkens in Kreisläufen.

## Schokolade: E-Commerce-Verpackung mit Anspruch und System

Als älteste noch existierende Schokoladenmarke der Schweiz steht Cailleur für höchste Chocolatierkunst. Deren Liebhaber erhalten die Pralines der Premiummarke von Nestlé in Versandverpackungen, die nicht nur dem hochwertigen Produkt gerecht werden, sondern auch den Prozessen des Konzerns. Dank Selbstklebeband und Aufreißfaden lässt sich die vollständig recycelbare Monostoff-Verpackung aus 100 Prozent Wellpappe leicht verschließen und ebenso leicht wieder öffnen. Für den Unboxing-Effekt im E-Commerce optimiert, wird das Auspacken zum Erlebnis, wenn sich dem Kunden im Innern das edle Scherenschnittdesign der Traditionsmarke eröffnet. Entwickelt

## Über DS Smith

DS Smith ist in über 37 Ländern vertreten und beschäftigt mehr als 31.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen kombiniert die Expertise seiner drei Divisionen Packaging, Recycling und Paper, um gemeinsam mit Kunden Lösungen zu entwickeln, die Komplexität reduzieren und echte Mehrwerte entlang des Supply Cycles erzeugen.

Der Geschäftsbereich DS Smith Packaging zählt zu den weltweit führenden Herstellern von nachhaltigen Display- und Verpackungskonzepten, mit einem Schwerpunkt auf den Bereichen Innovation und Nachhaltigkeit. Zu den Kunden zählen lokale Kunden ebenso wie multinationale Konzerne.

[www.dssmith-packaging.de](http://www.dssmith-packaging.de)

und produziert von DS Smith, liegt der besondere Clou in der cleveren Konstruktion: So lässt sich die Verpackung für alle unterschiedlichen Packungsgrößen verwenden, die im Onlineshop des Kunden angeboten werden - ein echter Vorteil, der die logistischen Prozesse von Callier erheblich vereinfacht.

### Backwaren: Sensibles Produkt, zum Anbeißen präsentiert

Mit einem neuen Herstellungsverfahren macht es das österreichische Food Start-up Eat the Ball möglich, Brötchen in Form von Fußballen, Hockey-Pucks und Baseballs herzustellen. Um den

*Innovative Verpackung: Macht schon beim Öffnen Appetit.*



Online-Kunden das außergewöhnliche Produkt auch entsprechend zu präsentieren, hat DS Smith zusammen mit Eat the Ball ein umfangreiches Konzept entwickelt. In dessen Zentrum steht eine ebenso funktionale wie aufmerksamkeitsstarke E-Commerce-Verpackungslösung für das sensible Produkt. Als besonderer Blickfang dient ein stylischer Innendruck, der den Premiumcharakter unterstreicht und schon beim Öffnen der Verpackung Appetit auf die abgebildeten Brotspezialitäten macht.

### Getränke und mehr: Emotionales Auspackerlebnis

Spirituosen und Weine sind die Geschenkeklassiker schlechthin, davon profitiert neben dem stationären Handel zunehmend auch der Online-Verandhandel. Hier steigert DS Smith die Freude am Auspacken mit der neuen Verpackungslösung E-Wrap. Als echte Innovation für die Einzelbestellung von Spirituosen und Weinen, aber auch für hochwertige Öle, Honniggläser und vieles mehr, ist E-Wrap zugleich Geschenk- und Versandverpackung. Für den Empfänger bedeutet die All-in-One-Lösung ein einzigartiges Unboxing-Erlebnis, wenn

die Außenverpackung mit Hilfe des integrierten Aufreißfadens geöffnet wird und die ansprechend bedruckte Geschenkverpackung überraschend zum Vorschein kommt.

### Vielfach prämiert – Displaylösungen für den Handel

Mit innovativen, nachhaltigen Zweitplatzierungen aus Wellpappe können Hersteller die Aufmerksamkeit der Shopper am Point of Sale (POS) auf ihre Produkte ziehen. Displays vermitteln die Botschaft der Marke, setzen Produkte gekonnt in Szene und steigern den Absatz. „Wichtig ist dabei die Berücksichtigung der Zielsetzung des Herstellers sowie des gesamten Supply Cycles, um optimale Prozesse zu garantieren“, betont Uwe Väth, Managing Director Deutschland und Schweiz bei DS Smith. „Wir setzen dabei auf eine enge Zusammenarbeit mit unseren Kunden.“ Dieser Ansatz wird immer wieder mit Erfolgen bei Display- und Verpackungswettbewerben belohnt. So erhielt das Unternehmen etwa den Deutschen Verpackungspreis 2019 für eine Displaylösung in Form gestapelter Koffer, mit der die neuen „Food Travel“ Instant Cups der Marke Maggi aufmerksamkeitsstark präsentiert wurden.

### Innovation und Nachhaltigkeit überzeugen Handel und Endkunde

Die Erfahrung von DS Smith zeigt, dass besonders im E-Commerce, der völlig andere Anforderungen an Verpackungen stellt, noch sehr viel Potenzial für Optimierungen vorhanden ist. Beispielsweise mit vereinfachten logistischen Prozessen und je nach Produkt mit einer Verpackungslösung, die Shopper-Heizen höher schlagen lässt und so zum Wiederkauf animiert.

Wenn diese Lösungen dann noch auf einem vollständig recycelbaren Material wie Wellpappe basieren, das von Konsumenten als sehr nachhaltig betrachtet wird, verdeutlichen Hersteller ihr Verständnis von Umweltbewusstsein und Kreislaufwirtschaft. Als verlässlicher Partner arbeitet DS Smith weiterhin an neuen Verpackungskonzepten für die Zukunft. (ps)



*Versandverpackung für Premium-Pralinés: Für den Unboxing-Effekt im E-Commerce optimiert.*