

Ausgezeichnete Displays

Das Produkt im Fokus

Schon in der Vergangenheit hat Gissler & Pass für den Hersteller von Babynahrung, HiPP, erfolgreich eine Zweitplatzierungskampagne erarbeitet und umgesetzt. Nun wurde die Zusammenarbeit fortgesetzt und auch diesmal sorgte ein kreatives und auffälliges Display für den Erfolg der Kampagne.

Der Lebensmitteleinzelhandel und die Drogeriemärkte setzten von März 2015 bis Februar 2016 1,392 Milliarden Euro im Bereich Babynahrung und -pflege um und steigerten damit ihren Umsatz um 14 Prozent im Vergleich zum Jahr davor. 174 Millionen Euro mehr wurden für Babynahrung und -pflege im vergangenen Jahr ausgegeben. Der Markt mit Babyprodukten boomt! Den meisten Umsatz mit einem Plus von knapp 23 Prozent verzeichnete dabei Milchnahrung.

Als Wachstumsmotor im Bereich Beikost gelten vor allem Fruchtsnacks und Fruchtezubereitungen im Quetschbeutel. In dieser Kategorie ist ein Umsatzplus von acht Prozent zu verzeichnen (Quelle: Lebensmittel Zeitung). Ein Markt, der sich lohnt und dem stetiger Wachstum vorhergesagt wird. Kein Wunder also, dass einer der führenden Babynahrungshersteller, HiPP, in einer seiner letzten Kampagnen den Früchte-Spaß im Quetschbeutel promotete. Partner bei der Aktion war der Displayhersteller Gissler & Pass. Gemeinsam wurde ein aufmerksamkeitsstarkes Display kreiert, das auch junge Eltern voll und ganz anspricht. Im Gespräch mit display berichtet Lutz Werner, Verpackungsentwickler Gissler & Pass über die Entwicklung des Displays und den Verlauf der Kampagne.

DISPLAY: Der Früchte-Spaß Quetschbeutel ist ein aufmerksamkeitsstarkes Display. Welche Kriterien musste es erfüllen? >>



**Kreativ,
erfolgreich,
auffällig,**

Das originelle Display fällt auf – Kontur und Bedruckung sorgen für einen hohen Produkterkennungswert.

HiPP

1932 von Georg Hipp gegründet, blickt das Familienunternehmen auf eine lange Tradition in der Herstellung von Säuglingsnahrung und gehört heute zu den Marktführern in diesem Segment. Geschäftsführer Prof. Dr. Claus Hipp und Paulus Hipp sowie rund 2.600 Beschäftigte in den Produktionsstätten in Deutschland, Kroatien, Österreich, Russland, Schweiz, Ukraine und Ungarn haben sich ganz der Unternehmensphilosophie verschrieben, Produkte in Spitzenqualität und im Einklang mit der Natur zu produzieren. Vor genau 60 Jahren hat HiPP sich auf die Herstellung von Bio-Produkten spezialisiert.



LUTZ WERNER: Die Aufgabe bestand darin, ein Display mit hohem Wiedererkennungswert zu entwickeln, das das Produkt in den Vordergrund rückt. Die Lösung ist ein produktnah gestaltetes Quetschbeutel-Display mit originellem und attraktivem Auftritt.

DISPLAY: Was ist Ihrer Meinung nach das Besondere an dem Design des Displays?

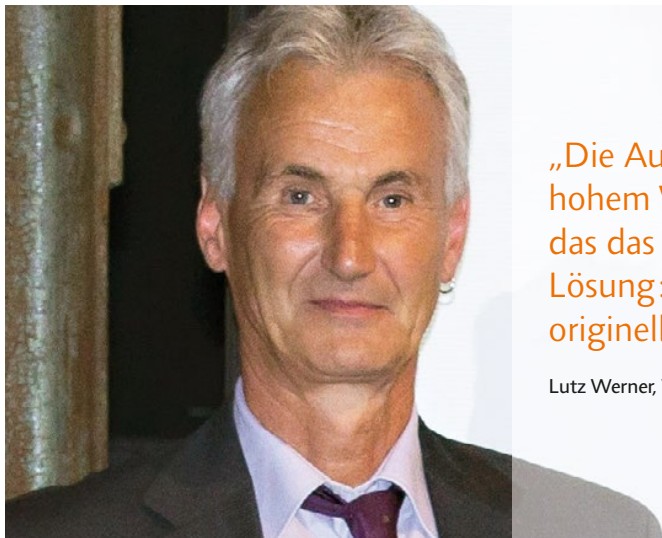
LUTZ WERNER: Das Besondere ist sowohl die auffällige Kontur des Quetschbeutels als auch die

Bedruckung. Dank des Offsetdrucks entsteht der Eindruck, als hätte das Quetschbeutel-Display tatsächlich einen Kunststoffdeckel. Das Display wurde mit dem Popai Award ausgezeichnet. In der Kategorie „Lebensmittel, Artikel des täglichen Bedarfs und Süßwaren – Temporary“ haben wir den Gold-Award erhalten. Das Display besteht zu 100 Prozent aus Wellpappe. Der Mantel setzt sich aus nur zwei verschiedenen Displayteilen zusammen und bietet doch eine hohe Stabilität. Die Produkte können von beiden Seiten entnommen werden, was den Abverkauf steigert.

DISPLAY: Wie lange dauerte die Umsetzung, von der Idee bis zur Planung?

LUTZ WERNER: Von der Anfrage bis hin zur Auslieferung an den Handel sind etwa zehn bis zwölf Wochen vergangen. HiPP hatte von Anfang an genaue Vorstellungen wie das Display aussehen sollte, daher verlief die Zusammenarbeit zügig und reibungslos.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch.



„Die Aufgabe bestand darin, ein Display mit hohem Wiedererkennungswert zu entwickeln, das das Produkt in den Vordergrund rückt. Die Lösung: Ein Quetschbeutel-Display mit originellem und attraktivem Auftritt.“

Lutz Werner, Verpackungsentwickler Gissler & Pass



Dank der Kampagne mit dem Quetschbeutel-Display konnten zusätzliche Zielgruppen außerhalb des Baby- und Kinderregals angesprochen werden.

Gissler & Pass

Das Jülicher Familienunternehmen wird heute in vierter Generation von Thomas Gissler-Weber geführt. Kurz nach der Erfindung der Wellpappe gründeten Hermann Gissler und Carl Wilhelm Pass 1882 das Papierveredelungsunternehmen Gissler & Pass, das schon bald zu einem Pionier der Wellpappenherstellung wurde. Heute hat sich das mehrfach ausgezeichnete Unternehmen auf die Entwicklung, Herstellung und den Vertrieb hochwertiger und kreativer Verpackungs- und Displaylösungen spezialisiert.



Freuen sich über die Auszeichnung mit dem Popai Award: Stefan Dornauf, HiPP, Lutz Werner, Gissler & Pass, und Markus Harner, HiPP (v.l.n.r.).



POOLING PARTNERS
FABER HALBERTSMA GROUP

Besuchen Sie uns
auf der FachPack vom
27.09-29.09.2016 in
Nürnberg

Halle 7 | Stand 7-332



Sie sind der Profi für Displays.

Wir kümmern uns um den Rest.

Die 1.4 Viertelpalette – dezentes Design, einfache Abwicklung.