



## Vernel Crystals von Henke am POS

■ Henkel unterstützt die Einführung von Vernel Crystals mit einer aufwendig konstruierten Großfaktise

Die CDE-Gruppe Hamburg hat für das Henkel-Produkt „Vernel Crystals“ ein aufmerksamkeitsstarkes Bodendisplay entwickelt. „Eine große Herausforderung war die Herstellung der überdimensionalen Verschlusskappe, die beim Originalprodukt auch gleichzeitig als Dosierbecher fungiert“, so CDE. Der Mantel des 210 x 60 Zentimeter großen Aufstellers besteht aus direkt bedruckten Tiefziehteilen. Seine

Stabilität erhält das Display durch eine Metallkonstruktion im Inneren. Alle übrigen Teile und auch die Trays sind nach Aussage von CDE ebenfalls tiefgezogene Kunststoffteile. Der Fuß ist rollengelagert, damit das Display vom Verkaufspersonal einfach zu bewegen ist, erläutern die Hanseaten die Einzelheiten der Konstruktion. Sabine Friedemann, Sales Promotion Henkel, über die POS-Strategie der Vernel-Aktion: „Bei der Einführung sind wir bezüglich der Displays 2-gleisig vorgegangen: Breite nationale Abdeckung durch sondergestaltete und fertig konfektionierte Displays aus Wellpappe. Einsatz der Großfaktise zur Dauerzweitplatzierung über einen längeren Standzeitraum auf Großflächen im LEH.“

## „Header-Beutel“ von Schröder

■ Die Folienfabrik Schröder aus Sundern im Sauerland bietet eine neue Art der Verkaufsverpackung an.

Der Header-Beutel ist eine neue Möglichkeit Produkte am Warenregal zu präsentieren, bei der der klassische „Pappreiter“ kurzerhand durch eine verstärkte Fahne, die direkt mit dem Beutel verschweißt ist, ersetzt wird. Dies macht ein Ausreißen des Folienbeutels vom Pappreiter unmöglich, so der Hersteller. Da 70 Prozent aller Kaufentscheidungen spontan am POS getroffen werden, ist die Verpackung eines der wichtigsten Marketing- und Vertriebsinstrumente, stellt das Unternehmen fest. Eine saubere Präsentation der Produkte (und des Unternehmens) am POS wird durch den Header-Beutel sichergestellt. Die Kunden nehmen die neue Verpackung der Produkte als hochwertiger wahr und sind bereit, dafür mehr Geld auszugeben, so die Einschätzung der Sauerländer.



[09] SCA Packaging Design Challenge 09

## SCA Packaging fordert Studenten mit einem zweiten Design Challenge heraus

■ Nach dem ersten erfolgreichen Design Challenge ermutigt SCA Packaging junge Talente erneut, ihre innovativen Ideen der Verpackungsbranche zu präsentieren.

Der Design Challenge 2009 begann im November 2009. Die Teilnehmer müssen eine auf das Nötigste reduzierte, schlanke und clevere Verpackungslösung für ein im Einzelhandel erhältliches Produkt entwerfen, so SCA.

Dabei müssen sie Innovation mit Umweltverträglichkeit kombinieren und nach dem Prinzip arbeiten, nicht so wenig Verpackung wie möglich, sondern so viel wie nötig einzusetzen, informieren die Initiatoren.

Die Teilnehmer des SCA Packaging Design Challenge 2009 erhalten die Chance mit Branchenprofis zusammenzuarbeiten, ihre Arbeit erfahrenen Designern zu zeigen, bis zu 3.000 Euro zu gewinnen und eine Praktikantenstelle bei SCA Packaging zu erhalten, informiert der Veranstalter. Der Design Challenge 09 läuft bis Februar 2010. Einreichungen werden laut SCA bis zum 31. Januar 2010 angenommen.