



Leidenschaft verpackt

Die Verpackung des Rhodter Rosengartens macht den Wein zur Skulptur.

Die 4 ist eine ganz besondere Zahl beim gemeinsamen Projekt von Xaver Egger und Marc Clormann. Es geht um einen exquisiten Wein vom ältesten Weinberg der Welt, auf dem die Rebstöcke nun seit 4 Jahrhunderten wachsen, immer bestimmt durch die 4 Elemente des Weinbaus: Pflanze, Boden, Wasser, Sonne. Die Flasche ist auf einem Sockel aus Eichenholz platziert. Durch einen ausgestanzten Rebstock auf der Box ist sie bereits von außen zu erahnen. Und beim Öffnen der – man kann es kaum Verpackung nennen – entsteht eine Skulptur aus Papier, Holz und Weinflasche. „Es braucht viel Leidenschaft, um solch einem erlesenen Produkt mit einer Verpackung gerecht zu werden. Und ich muss eine gute Geschichte dazu erzählen“, so Marc Clormann, Inhaber und kreativer Kopf von Clormann Design. Und man spürt die Passion für feines Design, für das Beson-

dere. Genau das verbindet ihn mit Xaver Egger, dem Geschäftsführer von EGGER Druck + Medien im beschaulichen Landsberg am Lech. „Premium-Veredelung gepaart mit Verpackungs-Know-how, das zeichnet uns aus. Firmen, die gut veredeln können, oder reine Packaging-Unternehmen gibt es viele. Aber hochkomplexe Projekte für anspruchsvolle Kunden umsetzen, das können wir besonders gut“, betont Egger.

Natürlich drängt sich bei aller Komplexität und dem mitunter enormen Aufwand die Frage auf, ob die Kosten bei diesen Produkten nicht jeden Rahmen sprengen und selbst zahlungskräftige Kunden verschrecken. „Wenn Design wirklich gut ist, dann packt es den Kunden emotional und er muss es haben. Die Kaufentscheidung in diesem Premium-Segment trifft der Bauch und nicht der Kopf oder der Geldbeutel“, bringt es Clormann auf den Punkt. In den Gesprächen

mit seinen Kunden kann er argumentieren, dass sich jeder Euro mehr für eine begeisterte Verpackung positiv auf die Marge auswirkt.

Diesen Zusammenhang erkennen immer mehr Kunden, das zeigt der unternehmerische Erfolg von EGGER Druck + Medien. Das Unternehmen westlich von München ist in den vergangenen Jahren mit zunehmender Fokussierung auf komplexe und hochwertige Verpackungslösungen stetig gewachsen auf mittlerweile fast 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. „Immer mehr Kunden legen Wert auf Schönes. Wer nur Mittelmaß anbietet, darf sich nicht beschweren, wenn der Kunde irgendwann zu jemand geht, der es besser macht“, spitzt Egger zu. Und dabei verschieben sich auch die Schwerpunkte im Unternehmen: Im Mittelpunkt stehen mehr denn je die Gespräche mit Kunden und Agentur, bei denen Egger oft in die Rolle des Beraters schlüpft und aufzeigt, was technisch möglich ist, aber auch, wo die Grenzen liegen. „Doch mit Kreativität, Fachwissen und dem nötigen Willen geht oft mehr, als man zunächst denkt!“

Allen Unkenrufen zum Trotz erlebt ausgezeichneter Druck eine Renaissance, gerade auch wegen der fortschreitenden Digitalisierung und der günstigen Verfügbarkeit von Onlineprint, meint Clormann: „Je mehr Gedrucktes günstig produziert wird, desto größer ist der Wunsch nach Premium. Viele Kunden stellen fest, dass sie sich noch besser im Markt behaupten können, wenn sie hochwertige Produkte an-

”

Mit Kreativität, Fachwissen und dem nötigen Willen geht oft mehr, als man zunächst denkt!“

Xaver Egger



Xaver Egger (r.) und Marc Clormann im Gespräch mit NUTZEN.



Gewürzkalender für den Onlineshop MEIN GENUSS.

bieten.“ Auch Egger kennt den Preisdruck, sagt aber selbstbewusst: „In unserm Kernkompetenzbereich Verpackung und Veredelung stehen wir gut da. Sowohl bei der Qualität als auch beim Preis.“

Und ein weiteres ganz wichtiges Verkaufsargument haben Clormann und Egger für ihre ausgeklügelten Verpackungen. Es sind die Geschichten, die jede einzelne Verpackung erzählt. Denn der Mensch liebt Geschichten. Und als wäre der Erfolg im Markt nicht schon genug, erreichte Egger und Clormann Mitte Oktober auch noch die Nachricht, dass „ihr“ Wein den renommierten Designpreis „Red Dot“ gewonnen hat. Aber das ist dann einfach nur eine weitere Geschichte. ■