



HEFT-THEMA
Starker Eindruck
 PRODUKTE FÜR ALLE SINNE

Xaver Egger, GF Egger Druck + Medien GmbH

Angreifbar

Manche Verpackungen nimmt man einfach lieber in die Hand als andere. Wir haben mit Xaver Egger, Geschäftsführer der Egger Druck + Medien GmbH, darüber gesprochen, inwieweit die Haptik den Gesamteindruck eines Produkts beeinflusst und welche Umsetzungen im FMCG-Bereich möglich und sinnvoll sind.

PRODUKT: Bei Verpackungen denkt man in erster Linie an die Optik. Wie wichtig ist Ihrer Ansicht nach aber die Frage der Haptik?

Egger: Unser Credo lautet: „Die Verpackung ist das Gesicht einer Marke“ – ein Gesicht, das nicht nur angeschaut, sondern auch angefasst werden kann. Und bei Verpackungen aus Karton gehen Optik und Haptik immer Hand in Hand. Jedes unserer Druckprodukte bringt also immer seine eigene Haptik mit – ohne geht es gar nicht.

PRODUKT: Welche technischen Möglichkeiten gibt es insbesondere für Verpackungen im FMCG-Bereich, haptische Akzente zu setzen?

Egger: Gerade im FMCG-Bereich dürfen Verpackungen natürlich nicht zu teuer sein, da

hier oft größere Auflagen produziert werden. Schon mit einfachen Mitteln ist es aber möglich, besondere Effekte zu erzielen, gerade bei Standard-Faltschachteln, wie sie in diesem Bereich üblich sind. Allein die Auswahl des Materials kann dabei ausschlaggebend sein: Schachteln aus braunem oder schwarzem Naturkarton wirken sehr schlicht und modern und bieten aufgrund ihrer rauen Haptik eine schöne optische und haptische Alternative zu der ganzen „glatten“ Konkurrenz im Regal. Auch Graskarton hat eine besondere, leicht raue Haptik und ist dabei auch noch sehr nachhaltig. Selbstverständlich gibt es eine Vielzahl weiterer außergewöhnlicher, griffiger Kartonsorten, die sich für die Produktion von Verpackungen eignen, sich dann aber oft in einer anderen Preisklasse bewegen. Faltschachteln aus dem passenden Material, je nach Inhalt gerne mit Sichtfenster,

können schon mit einer einfachen Bedruckung große Wirkung zeigen.

PRODUKT: Und welche Möglichkeiten zur Veredelung gibt es?

Egger: Die genannten Materialien eignen sich beispielsweise sehr gut für eine Prägung. Die Blindprägung passt perfekt zur schlichten Optik von Naturkartonverpackungen und unterstreicht das hochwertige und natürliche Aussehen sowie die besondere Haptik. Die dreidimensionale Verformung des Materials sorgt für haptisch spürbare Oberflächenstrukturen.

Bei der Heißfolienprägung wird die veredelungswirksame Schicht mit Hilfe von Druck (durch Prägestempel) und Hitze auf das Druckprodukt übertragen. Dadurch werden nicht nur visuelle, sondern auch haptische Effekte erzielt. Hier steht die glänzende Folie im spannenden Kontrast zum rauen Karton.

Und wenn es noch etwas aufwändiger sein darf: Durch eine matte Folienkaschierung erhält die bedruckte Schachtel eine schöne und angenehme matte Oberfläche und ist gleichzeitig gegen Scheuern geschützt. Eine Soft-touch-Folienkaschierung gibt Produktver-



Graskarton hat eine leicht raue Haptik und ist zudem besonders nachhaltig.

packungen sogar eine samtig-weiche Oberfläche.

PRODUKT: Was kann mit einer gut eingesetzten besonderen Haptik erreicht werden? Und anders gefragt: Was kann bei „falscher“ Haptik in der Wahrnehmung der Konsument:innen passieren?

Egger: Relevant bei Produktverpackungen ist natürlich die Multisensorik – anschauen, anfassen, je nach Produkt vielleicht sogar riechen. So werden potenzielle Käufer:innen emotional angesprochen. Und die richtige Kombination von Material und Veredelung bleibt einfach länger im Gedächtnis. Das stärkt die Marke und den Wiedererkennungswert. Passen die sensorischen Wahrnehmungen nicht zum Produkt, kann sich die Wirkung ins Gegenteil verkehren. Ein Grund, warum wir sehr großen Wert auf die Beratung unserer Kundinnen und Kunden legen, gerade auch was die Materialauswahl angeht.

PRODUKT: Möchten Sie uns von einer besonders spannenden Umsetzung eines Packagings mit Haptik erzählen?

Egger: Für verschiedene Kosmetik-Produkte konnten wir z. B. schon tolle falt- und



Blindprägung passt lt. Xaver Egger perfekt zur schlichten Optik von Naturkartonverpackungen.

Steckschachteln aus Graspapier, veredelt mit Prägung und Heißfolienprägung verwirklichen. Ein ganz besonderes Highlight war eine spezielle Flaschenverpackung, für die wir unter anderem den Paperazzo Haptik Award gewonnen haben. Die außergewöhnliche, limitierte und handgefertigte Verpackung spiegelt die Einzigartigkeit des ältesten Weinbergs der Welt wider und erzählt vom besonderen Ursprung des Weins (Anm: siehe Bild oben). Die Flasche ist auf einem Sockel aus Eichenholz platziert – eine Hommage an die Eichenfässer, in denen der Wein gelagert wurde. Durch einen ausgestanzten Rebstock auf der Box ist die Flasche bereits von außen zu erkennen und zu fühlen. Die vier Papierfarben mit drei auffaltbaren Lagen symbolisieren die vier Jahrhunderte und die vier Elemente des Weinbaus: Pflanze, Boden, Wasser, Sonne. Die komplexe Konstruktion ist eine Eigenentwicklung und besteht aus verschiedenen Papiersorten von Römerturm, veredelt mit einer Kupfer-Heißfolie. Die Verpackung ist multifunktional. Sie dient als Umverpackung, aber auch als Display. Zudem liefert sie ein tolles haptisches Auspack-Erlebnis mit Wow-Effekt.

PRODUKT: Vielen Dank für das Gespräch! bd



Für diese Verpackung hat Egger den Paperazzo Haptik Award gewonnen.

XAVER EGGER

Mit nur 27 Jahren hat Xaver Egger die Druckerei von seinem Vater übernommen. Er leitet das Unternehmen nun in fünfter Generation und hat die Entwicklung zu einer Premiumdruckerei mit Spezialisierung auf individuelle und hochwertige Packaging Lösungen forciert. Spezialisiert ist Egger Druck + Medien auf die Herstellung aufwendiger Faltschachteln sowie klassischer Produktverpackungen in speziellen Ausführungs- und Veredelungsvarianten inkl. Displays oder Aufsteller.

Für ihre Verpackungslösungen hat die Egger Druck + Medien GmbH bereits mehrere internationale Auszeichnungen bekommen, beispielsweise den Red Dot Design Award oder den iF Design Award.