

Früher – Heute

Verpackung im Wandel

In allen Bereichen des Konsums spielt die geeignete Verpackung eine große Rolle. Eine gelungene Verpackung ist oft der Beginn eines guten Absatzes und für die Kundengewinnung enorm wichtig.

Das trifft natürlich auch auf die Kosmetik zu. Hier spielt die besonders auffällige Kartonage oder der stilsichere Flakon eine große Rolle bei der Anschaffung. Und hier beginnt auch die Problematik der Verpackung – insbesondere für die Naturkosmetik.

Die ersten Naturkosmetikprodukte wurden in schlichte Glasbehälter mit Schraubverschluss, Aluminiumtuben oder auch Kunststoffbehälter abgefüllt. Einen Umkarton gab es meist nicht. Die Naturkosmetik war ein Nischenprodukt und musste „nur“ der Kundin im Bioladen gefallen.

Mit steigender Kundenzahl wuchs auch das Sortiment und die Zahl der Anbieter und somit auch der Wettbewerb und mit dem Wettbewerb auch die Jagd nach der besten Verpackung.

Was ist aber in der Naturkosmetik die beste Verpackung? Wie wichtig ist der ökologische Gedanke und die Nachhaltigkeit der Verpackung bei Naturkosmetikprodukten?

Befragt man den Konsumenten, ist ihm eine schöne Verpackung sehr wichtig. Außerdem ist er bereit, für eine besonders umweltfreundliche Verpackung auch einen Mehrpreis bis zu 1,- € zu bezahlen. Ob in der Realität für eine besonders ökologische Verpackung dann wirklich der höhere Preis erzielt werden kann, ist aber nicht sicher. Der Konsument wird immer umweltbewusster und möchte möglichst wenig Umverpackung, wenig Plastik und eine möglichst gute CO₂-Bilanz seines Produktes.

Für den Hersteller steigen die Anforderungen: durch eine immer größer werdende Flut an gesetzlichen Bestimmungen werden die Auslobungen und vorgeschriebenen textlichen Inhalte immer größer, sodass auf eine Umverpackung/ Kartonage kaum mehr verzichtet werden kann. Vor allem, wenn es darum geht, den Text noch in einer vernünftig lesbaren Zeichengröße zu erstellen.

Durch „vandalisierende“ Kunden im Kosmetikregal ist der Schutz eines Kosmetikproduktes erforderlich – was oftmals auch nur durch eine geeignete Kartonage gegeben ist.

Der vielreisende Kunde wünscht sich eine leichte, stabile Verpackung – hier scheidet Glas in der Regel aus. Glas lässt sich zwar gut recyceln, benötigt aber unwahrscheinlich viel Energie bei diesem Vorgang. Glasbehälter zu reinigen ist meist ökologisch nicht positiv, da die Fette sehr fest am Glas haften und eine Unmenge an Wasser und Spülmittel notwendig werden, um die Flaschen und Tigel wiederverwenden zu können.

Airlessspender bieten gute Sicherheit und Schutz vor Verkeimung – benötigen aber mehr Kunststoff als ein schlichter Tigel mit Deckel. Deckel aus Holz sind umweltfreundlich – oder wird dafür wiederum viel Wald, wohlmöglich aus fernen Wäldern in Sibirien abgeholzt?

Einfach ist die Frage nach Papier und Tinte: hier verwendet man am besten Recyclingpapier und rückstandsfreie Tinte. Bitte stellen Sie dann aber ein Schild vor Ihre Produkte, dass diese nach Anfassen auch gekauft werden müssen. Denn ein schlichter Karton ist sehr anfällig für viele Finger und jeder Fingerprint macht das Produkt unansehnlicher und daher weniger geeignet für den Verkauf. Retouren sind vorprogrammiert und der Händler muss seine Ware umtauschen, um wieder attraktive Produkte im Regal stehen zu haben. Also dann doch besser die Kartonage mit speziell abweisender Folie weil sie den Umtausch und somit den zusätzlich Transport der Retoure erspart?

Und zu guter Letzt stellt sich die Frage der Kosten. Es gibt wunderschöne Recyclingpapiere mit einem absolut ökologischen Hintergrund. Kostet der Druck der Kartonage, der Flyer oder Etiketten dann das x-fache vom Preis beim Hersteller der klassischen Variante, stellt sich die Frage, ob der Konsument bereit ist, dieses Mehr auch zu bezahlen. Oder greift er doch lieber zum günstigeren Produkt? Denn der Kunde weiß meist am wenigsten, wie sich der Preis seiner Lieblingscreme auf Verpackung und Inhalt verteilt. In der Regel kann man sich aber merken, je geringer die Füllmenge, desto teurer die Verpackung im Verhältnis zum Inhalt.

Mein Fazit: so wenig Verpackung wie möglich und so viel Verpackung wie nötig mit ansprechendem Design und einem vernünftigen Preis-Leistungsverhältnis zu finden.

Eine große Herausforderung – ganz ohne Frage!

