Verpackungen

Smart Packaging für neues Zähneputzen

Die Rolle der Verpackung bei Kaufentscheidungen hat Überlegungen bei Playbrush angetrieben. Der österreichische Hersteller von Zahnbürsten und vernetzten Apps ist 2021 nach seinem anfänglichen Schwerpunkt auf Produkte für Kinder ins Erwachsenensegment expandiert. Die Verpackungslösung sollte neben Markenbotschaft und Nachhaltigkeit auch Hochwertigkeit vermitteln.

Autorin: Bettina Tschoner-Fuchs, Metsä Board

Foto: Playbrush

Das Design-Team hat mit einem zweiteiligen Inlay aus Karton gearbeitet

Produktverpackungen für eine Marke zu entwickeln, nachdem sich ihre Zielgruppe erweitert hat, ist eine besondere Aufgabe. Ein Beispiel ist ein Projekt bei Playbrush – einem österreichischen Unternehmen gegründet als Hersteller von Zahnbürsten und vernetzten Apps für Kinder. In 2021 expandierte der Anbieter ins Erwachsenensegment. Mit dem Wandel zur Familienmarke sollte auch ein Wandel in der Verpackung erfolgen. Die Umsetzung war eine komplexere Angelegenheit als bloß eine optische Anpassung. Im Ergebnis entstand eine Verpackungslösung aus Frischfaserkarton von Metsä Board.

Foto: Playbrush

Markengedanken zugrunde gelegt

Zu den Überlegungen gehörte: Was ist Playbrush und was macht die Marke so besonders? Der Ansatz von elektrischen Zahnbürsten, die mit Apps verbunden sind, ist prinzipiell nicht neu. Bei Playbrush kommen jedoch Details dazu, durch die das Produkt aus Unternehmenssicht hervorsticht.

Paul Varga, Gründer von Playbrush, erklärt: „Bei vielen anderen Produkten sind manche Aspekte wie die Usability, Interaktivität oder Personalisierbarkeit ausbaufähig. Darüber hinaus werden sie zu einem sehr hohen Preis angeboten. Mit Playbrush haben wir den Status Quo in Frage gestellt und waren in 2015 die Ersten, die mit Connectivity, also der Vernetzung beispielsweise mit Handys oder Tablets, gearbeitet haben."

Studien-Ergebnisse zeigen, inwieweit das gut ankommt. Laut Hersteller putzen Kinder mit Playbrush, „spielend", im Durchschnitt doppelt so lange und vor allem regelmäßiger. (Diese Aussage bezieht sich auf eine wissenschaftliche Untersuchung mit Playbrush Smart, 2017, sowie eine Umfrage mit Playbrush Smart Sonic, 2018.)

Foto: Playbrush

Um deutlich zu machen, dass es sich um ein Produkt für Erwachsene handelt und nicht – wie bisher – für Kinder, fiel in puncto Design die Entscheidung auf einen schlichten Hintergrund und aufwendige Veredelungen

Nun das Ziel: Personalisierte Empfehlungen sollten auch die Zielgruppe Erwachsene dabei unterstützen, die Zahnputz-Routine zu verbessern und zu verlängern, während interaktive Games und Challenges dafür sorgen, dass keine Langeweile aufkommt.

Bedeutung der Verpackung durchleuchtet

Bei einem Produkt spielt häufig das Packaging eine entscheidende Rolle für den Kaufmoment. Denn die Verpackung verkauft das Produkt quasi vorab.

In diesem Fall war dem Hersteller neben Nachhaltigkeit besonders wichtig, dass sich die Hochwertigkeit des Produkts im Design und im Packaging im Allgemeinen widerspiegelt, wie auch die Markenbotschaft. Was hierfür zählt, ist die Kund:innensicht. Deshalb analysierte Playbrush die Erwartungen von Kund:innen – was Verbraucher:innen sehen, verstehen und fühlen wollen, wenn sie die Verpackung in die Hand nehmen.

Damit wandte das Unternehmen sich an mögliche Partner:innen, darunter Metsä Board, deren Karton letztendlich zum Einsatz kam. Als Qualität wählte Playbrush MetsäBoard Pro FBB Bright. Mitentwickelt und gedruckt wurde das finale Design von Anfang an mit dem Verpackungshersteller Cardbox Austria.

Hans-Peter Kollmannsberger, Sales Manager Consumer Packaging mit Schwerpunkt Beautycare und Pharma bei Metsä Board, resümiert: „Das Endergebnis ist nicht nur praktisch und elegant, sondern bringt auch die USPs des Produkts gut zur Geltung."

Konzept für klare Optik mit Platz für Zubehör realisiert

Hinsichtlich des Aufbaus war Playbrush eine cleane, strukturierte Konstruktion wichtig. Accessoires wie beispielsweise Ladegeräte sollten möglichst nicht sofort sichtbar sein oder gar lose in der Verpackung liegen. Um einen möglichst hochwertigen ersten Eindruck zu ermöglichen, arbeitete das Design-Team mit einem zweiteiligen Inlay aus Karton – so bleibt das Produkt nachhaltig und erfüllt dennoch alle Anforderungen.

Von außen glänzt die Kartonverpackung mit einer edlen, dunklen Grundfarbe, die mit Prägungen und Folierungen für ein Premium-Feeling sorgt – denn die Veredelungen sind auch haptisch wahrnehmbar.

Designerin Nini Gregori erzählt: „Das elegante und auffällige Design sollte vor allem den Zweck erfüllen, die smarten Features der Schallzahnbürste zu kommunizieren. Gleichzeitig wollten wir deutlich machen, dass es sich hier um eine Zahnbürste für Erwachsene handelt und nicht, wie bisher, für Kinder. Deshalb haben wir uns für einen schlichten Hintergrund und aufwendige Veredelungen entschieden, die dem Produkt einen luxuriösen Touch verleihen."

Für die realisierte Verpackung gab es in 2021 den Public Award beim Carton Austria Award. Die jährliche Auszeichnung für die besten österreichischen Faltschachtel-Verpackungen ist eine Zusammenarbeit zwischen dem CASH Handelsmagazin, Pro Carton sowie PROPAK Austria. Neben einem Jury-Preis gibt es dort einen Publikums-Award, für den Verbraucher:innen im Vorhinein online abstimmen können.

Playbrush-Gründer Varga sagt: „Für uns ist dieser Award eine erfreuliche Bestätigung, dass sich unser Konzept bewährt hat und das Produkt mitsamt Verpackung gut bei den Kund:innen ankommt."

Metsä Board

Metsä

ist ein Hersteller von Premium-Frischfaserkarton, dessen Fokus auf hochwertigen Faltschachtelkartons, Food-Service Kartons und weißen Kraftlinern liegt. Die Frischfasern, die für die Produkte verwendet werden, sind ein nachwachsender Rohstoff mit zurückverfolgbarem Ursprung in nachhaltig bewirtschaftete nordische Wälder. Das Unternehmen strebt in Sachen Nachhaltigkeit an, bis Ende 2030 frei von fossilen Brennstoffen und Rohstoffen zu sein. Für seine Kundschaft verfolgt Metsä Board den Anspruch, gemeinsam innovative Verpackungslösungen für ein besseres Produkterlebnis und mehr Umweltverträglichkeit zu entwickeln. 2021 erzielte der finnische Kartonhersteller einen Umsatz in Höhe von 2,1 Milliarden Euro und beschäftigte rund 2.400 Mitarbeitende.

www.metsagroup.com