

# Qualitäts-garantie!

Wie Premiumqualität von Obst und Gemüse am POS vermittelt wird.

WIEN. Wer kennt das nicht: Man beißt voll Erwartung in einen wunderschönen Apfel, wartet auf die Geschmacksexplosion – und sie kommt nicht!

Es ist sogar noch schlimmer: Man kann geschmacklich kaum errahnen, ob es sich überhaupt um einen Apfel handelt – oder nicht doch um eine Birne?

Hochqualitatives Obst und Gemüse, schmackhaft und ohne chemische Behandlung, ist gefragt – denn je. Um sich am POS von minderwertiger Ware abzuheben, ist wirkungsvolle Kommunikation gefragt; Drucksorten spielen dabei eine wesentliche Rolle!

Die kürzlich von mafowerk veröffentlichte Trend Evaluation-Studie „Obst & Gemüse 2016“ macht die Bedeutung dieses Produktbereichs für den LEH deutlich. Frischeprodukte entwickeln sich laut dieser Studie immer mehr zu einem Differenzierungsfaktor für das Image des LEH und sind Frequenzbringer. Die Voraussetzung: Die Erwartungen der KundInnen müssen erfüllt sein.

Besonders wichtig sind dabei die Faktoren „Bio“, „aus der Region“, „Frische“ und „ohne Gentechnik“. Weit dahinter rangieren „makelloser Aussehen“ und „günstiger Preis“.

Um ein Premium-Produkt im Bereich Obst und Gemüse für die KonsumentInnen als solches klar erkennbar zu machen, ist ein wirkungsvolles Kommunikationsinstrumentarium am POS unbedingt nötig. Was kann dabei genutzt werden?

## Kreativität ist gefragt!

Ing. Doris Wallner-Bösmüller, Geschäftsführerin von Bösmüller Print Management, stellt im Rahmen der Betreuung namhafter

Kunden im LEH Folgendes fest: „Am POS geht es um Aufmerksamkeitsstärke. Hochqualitatives Gemüse und Obst hat nur Bruchteile einer Sekunde Zeit, als sol-

braucht Platz und muss einer gewissen Prioritätenordnung folgen. Um diesen vielfältigen Anforderungen zu entsprechen, sind individuelle Lösungen gefragt.“



ches erkannt zu werden.

Daher ist Individualität extrem wichtig! Das betrifft die Formensprache der Verpackung, die Haptik des verwendeten Kartons oder Papiers und natürlich auch die Gestaltung.“

Eine besondere Herausforderung ist im zweiten Schritt das Stillen des Informationsbedürfnisses der KonsumentInnen. Bösmüller: „Hat das Produkt die erste Aufmerksamkeit errungen, geht es jetzt um die Details und um die ‚Story‘ des Produkts, die man erfahren will! Von woher kommt das Obst, wie wurde es verarbeitet, wie wird das Frischeversprechen garantiert? etc. Schlussendlich gibt es noch die rechtlich und logistisch nötigen Informationen, wie Gewicht, Güteklassen, Prüf-siegel, EAN-Codes usw. All das

Welche Instrumente stehen dabei zur Verfügung? „Wir entwickeln häufig auch für einfach scheinende Instrumente wie Kartonschalen für Obst eine individuelle Formensprache, die zum Produkt und seiner Herkunft passt. Darüber hinaus gibt es immer



**Ing. Doris Wallner-Bösmüller**  
Geschäftsführerin  
Bösmüller Print Management  
Tel.: 02266/68180-0  
d.wallner-boesmueller@boesmueller.at  
[www.boesmueller.at](http://www.boesmueller.at)

öfter wiederverschließbare Überpackungen aus Karton. Kleine Info-Flyer, die Teil der Verpackung sind, oder Tags, kleinformatige Anhänger, die ein besonders wichtiges Merkmal akzentuieren, sind weitere Instrumente, die gern genutzt werden“, führt Wallner-Bösmüller weiter aus.

„Immer wichtiger werden alle Arten von Umschleifungen, die nicht nur Information transportieren, sondern auch die Wertigkeit des Produkts hervorheben.“

## Mega-Trend „Snacking“

Die gesunde, kleine Zwischenmahlzeit aus Obst und Gemüse, das sogenannte Snacking, liegt voll im Trend. Die Zufuhr von Vitaminen und Mineralstoffen zwischendurch steigert die Konzentrationsfähigkeit und bereitet den Magen-Darm-Trakt auf die Hauptmahlzeit vor.

Durch die bissgerechte Zubereitung von Obst und Gemüse sind Kunststoff-Verpackungen die Regel. Doch auch in diesem Bereich steigern Druckprodukte die Qualitätsanmutung. Doris Wallner-Bösmüller zu den Möglichkeiten: „Jeder einfache Kunststoffbecher kann durch eine Kartonschleife, evtl. mit Griff und gestanzter Halterung für die Serviette oder Gabel, die Hochwertigkeit des Inhalts vermitteln. Produktinformationen können in rundgestanzten Mini-Foldern transportiert werden, die am Deckel mit einem Klebepunkt fixiert werden.“

Abschließend stellt Wallner-Bösmüller fest: „Wir verleihen gemeinsam mit unseren KundInnen Werten AusDRUCK – und die Bedeutung gesunder, qualitätsvoller Ernährung bewusst zu vermitteln, ist auch uns als Produktionsunternehmen wichtig. Daher sind wir für den LEH ein Kompetenzzentrum für die Informationsvermittlung am POS durch individuelle Druckprodukte und Verpackungen.“