

Die Blicke auf sich ziehen

Beim Eintritt in ein neues Marktsegment wird der Verpackung ein besonderes Augenmerk geschenkt. Sie soll den Konsumenten neugierig machen und ihn zum Erstkauf verführen.

Gottlieber Hüppen« gehören ebenso zum kulinarischen Erbe der Schweiz, wie Milkschokolade und Fondue. Seit über 80 Jahren werden sie im idyllischen Dorf Gottlieben am Bodensee hergestellt. Nun wagt das Unternehmen

den Rohstoffen und in der Verpackungsgestaltung vom Traditionssortiment.« Mit dieser Aussage unterstreicht er, welche tragende Rolle die Verpackung eines Premium-Genussmittels spielt.

Sich Zeit nehmen

Die warme und edle Ausstrahlung erhält die neue Hüppen-Verpackung durch den braunen Karton. Sich Zeit zu nehmen für einen besonderen Genuss, das will sie den Konsumenten vermitteln. Sich für das Besondere öffnen und ohne Hast genießen, dies wird durch Gestaltung und Konstruktion ausgedrückt.

Die beauftragte Designagentur Packthis, Arbon/Schweiz, arbeitete mit Pawi Verpackungen bereits in einer frühen Phase zusammen. Dementsprechend abgestimmt wurden die Designvorgaben in der Materialauswahl, der Konstruktion und schließlich in der Veredelung gemäß dem Kundenwunsch umgesetzt. Die Klappdeckschachtel mit der innenseitigen Hohlwand ist für alle drei Sorten gleich. Die Differenzierung erfolgt über die Kartonmanschette, welche die Klappdeckel verschließen und zugleich die Sorte in Bild und Wort wiedergeben. Die hochwertige Verpackung gibt der neuen Premiumlinie der Gottlieber Hüppen das richtige Kleid, sich in einem neuen Markt gegenüber neuen Kunden elegant zu präsentieren. »Bewusst auf die Verpackung zu setzen, erweist sich bereits in der kurzen Zeit nach Markteinführung als gute Entscheidung«, kommentiert Bachmann die guten Verkaufszahlen in den ersten Monaten.

Christof Schön, Pawi Verpackungen 



Die neue Premiumverpackung für »Gottlieber Hüppen« spricht exklusive Käuferschichten an.

erstmals eine ausgesprochene Premiumlinie, angeboten in exklusiven Aromakreationen. Die Sorten Amaretto, Cappuccino, Irish Cream und Black Special Grand Cru sprechen die urbane Käuferschicht an, die ein leichtes allseits bekanntes Feingebäck in neuer Form genießen will.

Nicht nur die Geschmacksrichtung hebt sich vom Standardsortiment ab, auch die Verpackung präsentiert sich in einem ganz neuen Kleid. Dieter Bachmann, Inhaber und Geschäftsführer von Gottlieber Spezialitäten erklärt, wie die Packung die Lancierung des Produkts fördern soll: »Für die Vermarktung der neuen Linie, mit der wir eine neue Käuferschicht ansprechen wollen, spielt die Verpackung eine gewaltige Rolle.« Die im Gegensatz zur Standardlinie aufwendiger gestaltete Verpackung sei zwar etwas teurer, doch reagiere die anvisierte Zielgruppe nicht so preissensibel, weiß Bachmann. »Die Premiumlinie differenziert sich zudem in den Geschmacksrichtungen,



In der Art eines Buches lässt sich die Verpackung nach Abstreifen der Manschette beidseitig öffnen. Die Hüppen liegen nebeneinander in einer Hohlwandschachtel und sind durch feines Seidenpapier geschützt.