

# Energiekick aus der Kombidose

**Verpackung als Markenmacher** | Sie gehört in jede Schweizer Familie, und auch weltweit ist sie fast jedem bekannt. Sie gilt als das erste Sportgetränk überhaupt: Ovomaltine lässt nicht nur ausgelaugte Sportler wieder zu Kräften kommen, sondern gibt auch Schwangeren oder Kindern den nötigen Energieschub. Hergestellt wird die Mischung von der Wander AG im schweizerischen Neuenegg. Das Produkt überzeugt durch seine hohe Qualität – genau wie seine Verpackung.

Die Erfolgsgeschichte der schweizerischen Wander AG reicht zurück bis ins 19. Jahrhundert. 1904 entwickelte der Chemiker und Pharmazeut Albert Wander seine gehaltvolle Kraftnahrung in Pulverform. Seine Idee war dabei so simpel wie erfolgreich: Er mischte Eier, Milch und Malzextrakte zusammen. Denn er wusste: Jede Zutat für sich war bereits gesund und nahrhaft – alles zusammen in einem Nahrungsmittel musste also potenzierte Kraft geben. Um seiner Mischung mehr Geschmack zu verleihen, fügte Albert Wander Kakao hinzu. „Dies war die Geburtsstunde von Ovomaltine“, erklärt Alain Studer, Senior Buyer im Einkauf der Wander AG. Der Name des Krafttrunkes ist Programm, verweist er doch bis heute auf die

Zutaten Ei (lat. ovum) und Malz (engl. malt). „Das Getränk vereint gesunde und genussvolle Nahrungsmittel – und darin liegt der Grundstein des weltweiten Erfolgs.“ Heute wird Ovomaltine in über 100 Ländern verkauft.

Da der Markt für Instantgetränke keinen großen Schwankungen unterliegt, sind innovative Produktideen und die Optimierung des bestehenden Sortiments unerlässlich für den Unternehmenserfolg von Wander. So kann man heute, über 100 Jahre nach ihrer Einführung, Ovomaltine auch als Biskuit, Schokolade oder Riegel erhalten. Aber Studer betont: „Wir erweitern unsere Produktpalette kontinuierlich. Unser wichtigstes Geschäft sind jedoch die Produktion und der Vertrieb von Ovomaltine und unse-

rem Kakaotrunk Caotina in Pulverform – das wird auch künftig so bleiben.“

## Die Verpackung transportiert die Markenbotschaft

Um mit seinen Produkten in diesem Segment konkurrenzfähig zu bleiben, setzt Wander auf eine klare Markenstrategie und die dazu passende Verpackung. „Die Verpackung unterstützt uns, unsere Markenbotschaft an den Verbraucher zu übermitteln“, resümiert Studer. „Dabei spielen Form, Material und Design eine entscheidende Rolle.“ Bei den Instantgetränken Ovomaltine und Caotina vertraut Wander auf Kombidosen der Weidenhammer Packaging Group (WPG). Denn mit ihren individuellen Designmöglichkeiten sorgt die Kombidose für eine optimale Produktdifferenzierung. Diese ist gerade am Point-of-Sale von hoher Bedeutung, um neben geplanten auch spontane Käufe zu generieren.

Der Erfolg gibt Wander recht: „Unsere Produkte unterscheiden sich auch dank ihrer Verpackung von denen der Konkurrenz“, bestätigt Studer. So besticht etwa Ovomaltine in einer hochwertigen Kartonmanteldose mit einem orange-gelben Etikett samt typischem Ovomaltine-Schriftzug. „Die Verpackung wirkt edel und hilft uns, unsere Produkte im Premium-Segment zu positionieren“, so Studer. Die runde Form unterstreicht die Markenbotschaft des Produkts: „Ovomaltine versorgt die Konsumenten mit rundum mehr Energie und Geschmack – genau das signalisiert auch die kreisrunde Verpackungsform der Kombidose.“ Die Verpackung ist somit zum festen Bestandteil des Markenauftritts geworden.

Neben ihrer Markenpräsenz sorgt die Verpackungslösung für hohe Convenience beim Verbraucher. Denn dank Membransiegel, wiederverschließbarem Kunststoffdeckel, hoher Stabilität und hervorragenden Barriereigenschaften bietet die Kombidose von Weidenhammer optimale Frische- und Aromagarantie auch über die Erstöffnung hinaus. Höchste Primär- und optimale Sekundär-



Caotina in der Kombidose: Caotina in einer Kombidose der Weidenhammer Packaging Group.

dichte verhindern zudem das Verklumpen des hygroskopischen Inhalts und garantieren lang anhaltenden Trinkgenuss.

### Hoher Schutz, geringere Kosten

Aus Sicht von Wander bietet die Kombidose in puncto Lagerung und Transport klare Vorteile gegenüber Verpackungen aus Weißblech. Kombidosen sind leicht, aus Recyclingpapier und vollständig wiederverwertbar. So können Kosten gespart und die Umweltauswirkungen verringert werden. „Der sinnvolle Umgang mit Verpackungen und Verpackungsmaterial spielt eine immer wichtigere Rolle“, unterstreicht Studer. „Unsere Konsumenten fordern in zunehmendem Maße nachfüllbare, recycelbare Verpackungen, die aus erneuerbaren Ressourcen hergestellt werden – die Kombidose erfüllt diese Anforderungen.“

Auch preislich ist die Kartonverpackung ihrer Konkurrenz aus Weißblech überlegen: „Die Materialkosten für unsere Kombidosen sind stabiler als die für Metallverpackungen. Das macht sie für unsere Kunden umso interessanter“, freut sich Felix Schaible, als Senior Sales Manager bei der WPG zuständig für den Vertrieb in der Schweiz. Hinzu kommen Vorteile wie kleinere Mindestbestellmengen und kürzere Vorlaufzeiten. Damit lässt sich die Kombidose auch bei kurzfristigen Promotion-Aktionen wie etwa großen Sportereignissen oder Produkt-einführungen gut einsetzen.

Seit diesem Jahr werden die Kombidosen für Wander am Sitz der WPG in Montanay in Frankreich sowie am Stammsitz

in Hockenheim auf modernsten Linien in jeweils neuen Hallen produziert. Die Produktionslinien entsprechen den neuesten Anforderungen und erfüllen alle geltenden Bestimmungen hinsichtlich Qualität und Hygiene – ein wichtiges Kriterium für Wander. „Wir arbeiten bereits seit über 30 Jahren mit Weidenhammer zusammen“, betont Studer, der vor allem die enge kompetente und professionelle Betreuung durch die Verpackungsexperten der WPG schätzt. „Die Weidenhammer-Lösungen haben dabei immer unsere Ansprüche an die Qualität einer Verpackung erfüllt.“ Beide Unternehmen pflegen ein sehr partnerschaftliches Verhältnis: Gemeinsam arbeiten sie fortwährend an der Optimierung der Verpackungslösungen, um auch künftig beste Qualität zu bieten.

Aus diesem Grund hat die Wander AG zu Jahresbeginn ein umfassendes Projekt gestartet: Neben der Erneuerung einer bestehenden Abfüll- und Verpackungsanlage sollen umfangreiche Markt- und Konsumentenbefragungen durchgeführt werden, um die neuesten Verpackungstrends aufzuspüren. „Die Ergebnisse wollen wir nutzen, um gemeinsam mit Wander zukunftsweisende Lösungen zu entwickeln, die noch besser an den Bedürfnissen des Produkts und der Verbraucher ausgerichtet sind“, erläutert Schaible. Denn für ihn steht fest: Nicht nur das Traditionsrezept von Ovomaltine und Co. ist ausschlaggebend für den lang anhaltenden Erfolg der Produkte – auch die optimale Verpackung trägt entscheidend dazu bei. ■

## Für Sie entscheidend

### Weidenhammer Packaging Group

Die Weidenhammer Packaging Group ist mit zwölf Produktionsstätten, rund 940 Mitarbeitern und einem geplanten Jahresumsatz von 190 Millionen Euro in 2010 weltweit einer der beiden führenden Anbieter von Kombidosen, Kombitrommeln und Kunststoffbehältern. Das 1955 in Hockenheim gegründete mittelständische Familienunternehmen hat sich in den vergangenen fünf Jahrzehnten zum Markt- und Technologieführer in seinem Marktsegment entwickelt. Zum Kundenkreis zählen internationale Markenartikler wie Unilever-Bestfoods, Nestlé, Procter & Gamble oder BAT.



Kombidosen für Schweizer Kunden: Die Weidenhammer produziert attraktive Kombidosen für den Schweizer Markt.



Ovomaltine-Designs im Überblick: Ovomaltine damals und heute: Das Design der Ovomaltine-Verpackung wurde in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiterentwickelt.