

Veröffentlichungsdatum: 20.08.2009

Medium:

**K-Zeitung**  
**Special: Kunststoffland Nordrhein-Westfalen**  
 Auflage 20.000

Nordenia-Gruppe erforscht das neue Feld der Verpackungshaptik

## Verpackung mit besonderem Touch

Hundefreunde lieben es, ihre Vierbeiner zu streicheln. Vielleicht streicheln sie bald auch Beutel mit Futter – weil es genau so viel Spaß macht? Die Nordenia International AG, weltweit tätiger Hersteller von flexiblen Verpackungen mit Sitz in Greven, hat jetzt ein Verfahren entwickelt, um Folienoberflächen mit „expandierbaren“ Materialien oder Farben zu versehen. Konkret bedeutet das: Eine Futterverpackung könnte künftig auf Teilen ihrer Oberfläche wie ein Tierfell wirken. Beispielsweise dort, wo das Foto eines Hundes aufgedruckt ist.

Studien belegen, wie wichtig es ist, dass Verpackungen einen potenziellen Käufer auf möglichst vielen Sinneskanälen gleichzeitig ansprechen. Die Fachleute sprechen von Multi-sensorik. So fand das internationale Marktforschungsinstitut Millward Brown heraus, dass, wenn sich Konsumenten an mehrere Sinneseindrücke eines



*Nach „**Merkmale, die Produkte von anderen abheben**“ sucht Dr. Herbert Bader, Leiter Nordenia Technologies GmbH, mit seinem Team*

Produkts erinnern können, die Marken- beziehungsweise Produkt-Loyalität bei 60% liegt. Ist es nur ein Sinneseindruck, liegt die Treue zu Marke und Produkt unter 30%. Sehen nimmt in einer Rangliste der Sinneswahrneh-

mungen mit 58% den ersten Platz ein. Aber auch Riechen mit 45%, Hören mit 41%, Schmecken mit 31% und Tasten mit 25% haben immer noch eine hohe Relevanz für die Kaufentscheidung. In einer Zeit optischer und akustischer Reizüberflutung kommt dem Tasten, Greifen und Anfassen eine ganz besondere Bedeutung zu. Ob eine mit der neuen Technik expandierte Oberfläche rau oder flauschig, gewellt oder samtweich ist – denkbar sind verschiedenste Gestaltungen, die bei Verpackungen für Süßigkeiten, Cerealien, Kosmetikartikel oder Waschmittel haptische Überraschungseffekte auslösen.

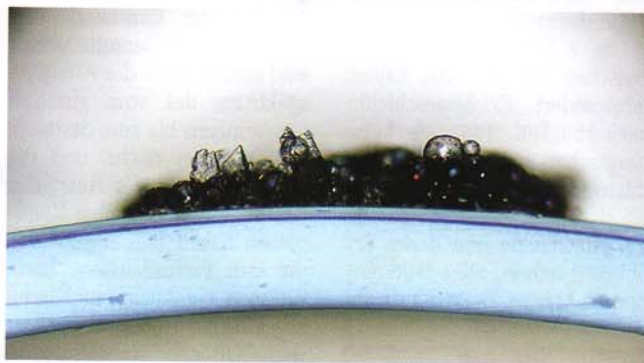
Ein Experte in Sachen Verpackungshaptik ist Dr. Herbert Bader. „Produkte, die sich besser anfühlen, verkaufen sich auch besser“, sagt der Forschungs- und Entwicklungschef der Nordenia-Gruppe. Er steht inmitten eines modernen Laborraums der von ihm geleiteten Nordenia Technologies GmbH.

Hier im westfälischen Gronau hat die Unternehmensgruppe im vergangenen Jahr rund 5 Mio. EUR in den Neubau ihres Forschungs- und Entwicklungszentrums investiert. Zusammen mit 26 Mitarbeitern konzentriert sich Bader tagaus, tagein auf die Entwicklung innovativer Produkte, Verfahren und Technologien rund um Kunststofffolien. „Die Haut ist unser größtes Wahrnehmungsorgan und die haptischen Erlebnisse beeinflussen uns folglich – mal bewusst, mal unbewusst – auch bei unseren Kaufentscheidungen“, sagt Bader. Dann hebt er eine Folie in die Höhe: „Fühlen Sie mal!“ Es fühlt sich gut an. Die auf der Folie aufgedruckten Flächen sind deutlich unter den Fingerkuppen zu spüren. Das hat tatsächlich etwas von Tierfell. „Die Folie ist mit einer expandierbaren Farbe versehen“, erklärt Bader. Das bedeutet: Die Druckfarbe enthält spezielle Additive, die durch Energieeinwir-



FOTOS: NORDENIA

*Haptisch attraktive Verpackungen erhöhen den Kaufanreiz. Mit Laser aktivierbares schäumbares Material macht die Folie spürbar*



*Expandierbare Farbe im Querschnitt – Muster, Logos und Schriftzüge lassen sich mit dieser Technik hervorheben*

(Fortsetzung)

kung expandieren. So entsteht ein haptisches Merkmal auf der Verpackung, das sich auch gut für den Hygiene-Bereich eignet: Taschentücher oder Windeln, die in einer „soft“ anmutenden Verpackung im Regal liegen, machen einen besonders angenehmen Eindruck auf den potenziellen Käufer. Wirkt das „Drumherum“ bereits hochwertig, wird auch das Produkt automatisch als hochwertiger eingeschätzt. „Wir arbeiten aber nicht nur mit expandierbarer Druckfarbe, sondern expandieren auch direkt die Folie“, erläutert Dr. Herbert Bader und präsentiert gleich die nächste Innovation. Die Folie, auf der die Buchstaben „Nordenia Technologies“ deutlich hervortreten, hat er zuvor im Labor mit einem Laser bearbeitet. „Hier haben wir es mit extrudierten Coexfolien zu tun, bei denen ein schäumbares Material in die Schichten

eingearbeitet wurde.“ Dieses lässt sich per Laser „aktivieren“, um beispielsweise Schriftzüge

– Anzeige –



oder Konturen von Logos herauszustellen. „Herstellerfirmen suchen Merkmale, die ihre Produkte von anderen abheben“, erklärt Fachmann Bader. Dazu zählen nicht nur intelligente Features wie ein Tragegriff oder eine

Öffnung, die ein leichtes Portionieren und ein sicheres Wiederverschließen erlauben. Auch die Oberflächen-Gestaltung gehört zu den Verpackungsmerkmalen, die den Premium-Anspruch von Marke und Produkt widerspiegeln. Produkte, die für ein „haptisches Erlebnis“ beim Konsumenten sorgen, bleiben ihm besser in Erinnerung. Das heißt: Sie führen zu einer stärkeren emotionalen Bindung an eine Marke. „Es gibt im Bereich der Haptik eine Vielzahl an Möglichkeiten, mit Ideen und Hightech neue Potenziale bei der Verpackungsgestaltung zu erschließen“, bilanziert Dr. Herbert Bader.

[www.nordenia.com](http://www.nordenia.com)



Die Nordenia Technologies GmbH ist die Ideenschmiede der Nordenia-Gruppe