

Und er läuft und läuft und läuft

Den rosa Hasen kennen viele aus der Werbung, aber auch am POS zeigt die Marke Duracell Präsenz. Mit einfach zu öffnenden und leicht wieder verschließbaren Multipacks punktet der Hersteller beim Verbraucher.

MEISTER PROPER, TANTE TILLY und Klementine, das HB-Männchen, der Michelin-Mann und der Duracell-Hase – Beispiele für bekannte Webe-Ikonen gibt es viele. Manchmal handelt es sich um echte Personen und manchmal um kleine rosa Stoffhasen. Egal, ob real oder nicht, die populären Figuren sind eng mit den Geschichten der jeweiligen Marke verknüpft. Denkt man in Deutschland an die zum Konsumgüterriesen Procter & Gamble gehörende Batteriemarke Duracell, hoppelt einem unweigerlich das plüschige Maskottchen durch den Kopf.

Energie im Plüschhasenkostüm

In der Werbung tauchte der rosarote Hase mit einer Trommel zwischen den Pfoten erstmals in den 1970ern auf – zunächst nur in Amerika. Um die Langlebigkeit ihrer Alkaline-Batterien im Vergleich zu herkömmlichen Zink-Kohle-Batterien bildlich darzustellen, ließ P&G den Hasen im Trommelwettbewerb gegen die Konkurrenz antreten. Schier unermüdlich schien der kleine Geselle. Während die mit anderen Batterien bestückten Spielzeughasen längst verstummt waren, trommelte der kleine Klopfer munter weiter.

Im Laufe seiner Karriere zeigte der Duracell-Hase seine Überlegenheit nicht nur im Trommeln: Er bewies seine Ausdauer außerdem beim Skifahren, Kajak fahren, Boxen, Fußball und Marathon. Auch heute ist der pinke Hase noch aktiv – und er hat Nachwuchs bekommen. Besucht man die Website der Marke, quillt einem direkt ein ganzes Rudel von Hasen entgegen. »Mehr Power, mehr Leistung«, so der Claim.

Gar nicht so einfach, soviel Energie auch am POS richtig zu präsentieren. Denn irgendwie müssen die Hasen – pardon, die Batterien ja in die Packung. Das scheint aber gut gelungen zu sein. Jedenfalls hat die Verpackung die Jury der 13. Pro Carton/ECMA Awards überzeugt. In der Kategorie »All Other Non Food«



konnte sie sich gegen die Konkurrenz durchsetzen. Zwar habe man bereits ähnliche Verpackungen für Batterien gesehen, doch diese bringe die zugrunde liegenden Verpackungsgedanken einen großen Schritt weiter, urteilten die Experten.

Groß, nachhaltig und komfortabel

Entwickelt wurde die Verpackung, nachdem eine Marktuntersuchung zeigte, dass der Marktanteil von Verpackungen mit mehr als acht Batterien in den zurückliegenden Jahren jeweils im zweistelligen Prozentbereich gestiegen ist. Daraufhin beauftragte Procter & Gamble Ende 2006 die Verpackungshersteller von Van Genechten Packaging mit der Entwicklung neuer Multipacks für acht und mehr Batterien – Projektname: »Obelix«. Duracell und Van Genechten Packaging sind schon seit vielen Jahren Partner beim Verpacken von Batterien. »Am Anfang stand die Identifizierung der Konsumentenansprüche«, sagt Win Sakdinan, Public Affairs Manager bei P&G. »Dann haben die P&G-Verpackungsentwickler gemeinsam mit dem Team von Van Genechten Packaging eine Verpackung für dieses neue Marktsegment entwickelt.«

Eine wichtige Forderung des Konsumgüterriesen: »Wir wollten für die Konsumenten eine kompakte Verpackung entwickeln, die einfach zu öffnen und gut wieder



Hersteller: Van Genechten Packaging
 Kunde: Procter & Gamble / Duracell
 Kartonhersteller: Stora Enso

zu verschließen ist«, erläutert Sakdinan. »Wichtig war uns auch, dass die Schachtel stabil und nicht nach der Entnahme einiger Batterien bereits zerstört ist – was bei vielen anderen Batteriepackungen der Fall ist. Diese muss der Kunde zur Entnahme der Batterien kaputt reißen.« Eine weitere Forderung: Der Konsument sollte schon vor dem Öffnen sehen können, wie viele Batterien noch in der Packung enthalten sind.

Bei der Entscheidung habe aber nicht nur der Wunsch nach größeren Verpackungseinheiten und mehr Komfort eine Rolle gespielt. Auch der Umweltaspekt war für P&G entscheidend. »Größere Verpackungen sind in der Regel umweltfreundlicher, da weniger Materialien benötigt werden«, sagt Sakdinan. Deshalb sei bei der Entwicklung darauf Wert geachtet worden, nur einen Packstoff zu verwenden – Karton.

Leichte Handhabung

Das Entwicklungsteam der zu Van Genechten Packaging gehörenden VG Nicolaus GmbH & Co KG entwarf ausgehend von diesen Vorgaben verschiedene Konzepte. »Entschieden haben sich das Duracell-Marketing und die Duracell-Verpackungsentwickler dann für das Konzept des ‚D-Click‘-Verschlusses«, erklärt Peter Scholl, Projektleiter bei Van Genechten Automation. Dieser ermögliche zum einen durch einen ovalen Klebepunkt den Schutz vor Diebstahl. Zum anderen könne er komfortabel geöffnet und später wieder verschlossen werden. »Eine Schere oder andere Hilfsmittel – wie oft bei Blistern – werden nicht benötigt, um die Verpackung zu öffnen«, hebt der Projektleiter hervor. Damit bleibe sie intakt und könne weiter verwendet werden, bis sie leer ist. »Die verbleibenden Batterien fliegen dann nicht einfach lose in der Schublade herum.«

Ein weiteres Detail, das P&G vom Konzept überzeugt habe, sei die Tatsache, dass die Verpackung beim

Schließen stabil einrastet und so verhindere, dass die noch enthaltenen Batterien verloren gehen. »Wie gewünscht haben wir die Verpackungen zudem mit Fenstern versehen, durch die der Konsument sofort sieht, wie viele Batterien noch enthalten sind«, sagt Scholl. Auch die Forderung, eine möglichst umweltfreundliche Verpackung zu kreieren, wurde erfüllt. Die Multipacks bestehen nur aus Karton, so dass die leere Schachtel mit dem Altpapier entsorgt werden kann. »Ein aufwendiges Trennen wie beispielsweise bei Blisterverpackungen mit Folie und Karton entfällt«, betont Scholl.

Trickreicher Öffnungsmechanismus

Für die Herstellung der Verpackung musste allerdings eine speziell konzipierte Maschine im Verpackungszentrum installiert werden, die nicht nur die Schachteln formt, befüllt und verschließt, sondern sie auch noch in die Umkartons aus Wellpappe abpackt und diese verschließt. »Eine sehr präzise Planung während des kompletten Design-Prozesses und in der gesamten Testphase war wichtig«, erinnert sich Sakdinan. »Die größte Herausforderung war es, die optimale Lösung für den Öffnungsmechanismus zu finden.«

Insgesamt dauert es bis Mitte 2008, bis die Obelix-Verpackungen auf den Markt kamen. Multipacks mit bis zu 16 Batterien werden seitdem verkauft. »Sie wurden auf dem Markt so gut angenommen, dass inzwischen eine zweite Linie erstellt wird«, sagt Scholl. P&G werde das Produktportfolio deutlich ausweiten – bald soll es Obelix-Verpackungen mit bis zu 24 Batterien geben. Außerdem arbeite man daran, den Öffnungsmechanismus weiter zu verbessern.

Viel Power in einer Packung also – damit dürfte man einige rosa Hasen eine ganze Zeit lang beschäftigen können. Damit sie weiter trommeln und trommeln und trommeln.

Vanessa Göbel