

„Gutes Design ist essenziell“



Axel Voss, GF der Packaging-Agentur Design Ahead, Essen

Herr Voss, welche Rolle spielt der optische Auftritt von Eigenmarken?

Weil Handelsmarken in der Regel nicht klassisch beworben werden, ist gutes Packaging Design essenziell. Die Verpackung ist *das* relevante Kriterium für die Kaufentscheidung, da diese am Regal getroffen wird.

Bestehen überhaupt noch signifikante Designunterschiede zwischen Handels- und Herstellermarken?

Die Unterschiede zwischen Premium-Marke und Handelsmarke sind vorhanden. Die Grenzen verschwimmen jedoch immer mehr.

Das werden Markenartikler nicht gerne hören. Was können sie dagegen tun?

A-Marken müssen ganz deutlich ihren Qualitätsanspruch visualisieren. Hier gibt es noch Möglichkeiten. Das Packaging muss auf alle Fälle in allen Facetten den jeweiligen Premiumcharakter widerspiegeln. Handelsmarken profitieren von A-Marken, da sie sich an deren Erfolge ohne größeren Werbeetat anhängen können oder als Hausmarke Vertrauen schaffen.