

Die Verpackung ist mehr als eine Hülle

Direktvermarktung / Auf einem Produkt muss immer eine Etikette mit vorgegebenen und korrekten Angaben kleben. Aber das ist nicht alles.

GRÜNICHEN Produkte direkt ab Hof sind frisch, geschmacklich authentisch, schonend hergestellt und haben einen kurzen Transportweg. Diese Echtheit, in der auch viel Heimatgefühl mitschwingt, wird von vielen Konsumenten sehr geschätzt. Absatzformen via Markt, Internetshop, Communities oder Lieferservice entwickeln sich zu Trends.

Mit Echtheit begeistern

Die Bandbreite an Produkten ist riesig. Ebenso die Unterschiede, wie diese daher kommen. Die einen Direktvermarkter machen sich diese Echtheit zu Nutzen und gestalten das Produkt dementsprechend. Sie punkten bei den Konsumenten mit einem geschickten Produktauftritt. Die anderen sind wahnsinnig gute «Hersteller», legen aber nicht besonders Wert auf das Erscheinungsbild der Produkte sowie die korrekte Kennzeichnung.

Verständlich, dass es nicht allen Direktvermarktern Freude bereitet, sich mit Kennzeichnungsfragen auseinander zu setzen oder Logos und Etiketten zu kreieren. Aber – was drin steckt, soll



Schön sieht es im Hofladen aus, wenn eine optische Einheit herrscht. Verkaufsraum «Landläbe – Bözberger Buurelade» der Familie Märki in Bözberg AG.

(Bilder Kathrin Märki)

eben auch äusserlich ersichtlich sein. Einerseits hat jeder Konsument das Recht auf eine korrekte Kennzeichnung und andererseits steigern ansprechende Produkte die Verkaufszahlen. Eine Win-win-Situation.

Nicht alles selber können

Was aber, wenn ein Direktvermarkter weniger das Flair, Wissen oder Können dazu hat? – Man muss nicht alles können, sondern das machen, was man gut kann. Dienstleistungen in den Bereichen gesetzliche Kennzeichnung oder Gestaltung von Etiketten können eingekauft werden. Beispiele für solche Dienstleistungen sind die Firmen Alimentavera, die gesetzlich korrekte Kennzeichnungen anbietet oder die Online-

Community 99 Designs, die Logos oder Produktverpackungen designt.

Natürlich, die Dienstleistungen kosten. Wenn aber in dieser «gesparten» Zeit bereits wieder neue, herrliche Produkte hergestellt werden und die passende Aufmachung den Verkauf fördert, lohnt es sich, zu investieren. Werden Produkte gerne selber gestaltet, ist es hilfreich die Augen offen zu halten und zu schauen, was andere in Sachen Gestaltung machen.

*Manuela Isenschmid-Huber,
Hauswirtschaft, Landwirtschaftliches Zentrum Liebegg*

Hilfe beim Etiketten gestalten:

www.alimentavera.ch

www.99designs.ch

Etiketten gestalten

Etiketten und Verpackungen gestaltet man am besten anhand folgender Gesichtspunkte:

- Hat der Hof ein Logo, das auf den Etiketten platziert wird?
 - ▶ Wiedererkennungseffekt
- Besteht innerhalb der Produktpalette eine optische Einheit? ▶ Verpackung, Farbe, Schriftart
- Ist die Schrift leserlich?
 - ▶ Textgrösse, Schriftart
- Werden geeignete Verpackungen verwendet? Gut in der Handhabung sowie optisch ansprechend? Bleibt das Produkt in dieser Ver-

packung frisch und wird nicht zerdrückt?

- Weckt die Produktgestaltung Emotionen wie Genuss, Echtheit, Heimatgefühl, Hochwertigkeit?
- Wie viele Etiketten werden pro Produkt sinnvollerweise eingesetzt? Wo werden diese platziert? Erlaubt die Verpackung, Etiketten schön und gerade anzukleben?
- Kreativität und Witz hat in der Gestaltung auch Platz.
- Eine Zweitmeinung lohnt sich. Personen aus dem weiteren Umfeld haben einen anderen Blick auf die Produkte. *mih*

Das gehört aufs Produkt

Folgende Bezeichnungen gehören auf eine Produktetikette.

Sachbezeichnung: Nicht zu verwechseln mit einem Fantasie- oder Markennamen, bspw. Coca Cola = Markenname, koffeinhaltiges Erfrischungsgetränk = Sachbezeichnung.

Zutaten: In absteigender Reihenfolge gemäss Rezeptur, Allergene hervorgehoben, Auslobung der Prozentangabe zu den Zutaten, die in der Sachbezeichnung benannt werden.

Mindesthaltbarkeit: «Zu verbrauchen bis» oder «mindestens haltbar bis», je nach Produktgruppe.

Füllmenge: Gewicht- oder Volumenangabe je nach Produkt, Abtropfgewicht bei eingelegten Produkten.

Warenlos: L-Nummer dient zur Rückverfolgbarkeit, sie lässt erkennen, in welcher Charge das Produkt produziert wurde.

Hersteller: Name, Adresse, CH-PLZ, Ort

Preis: Grund- und Detailpreis, auf Etikette oder direkt am Regal.

Nährwerttabelle: Obligatorisch, wenn die Produkte nicht lokal und direkt an den Kunden abgeben werden z. B. Onlineshop oder schweizerweiter Versand.

Zusätzliche produktspezifische Kennzeichnung: Sie sind in den einzelnen Verordnungen zu finden. Merkblätter und Auskunft dazu erhält man an den landwirtschaftlichen Ausbildungs- und Beratungszentren. *mih*

