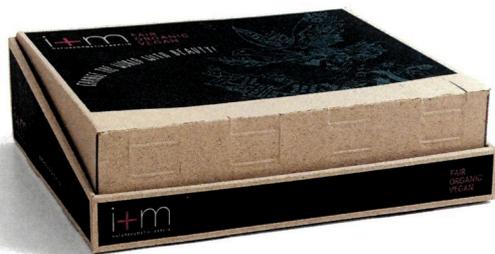


Ready-to-retail-Verpackung
aus Graspapier:
Geschlossen edel, ...



... geöffnet ein
farbenfroher Hingucker
am PoS.



Fotos: Ellerhold

i+m Naturkosmetik:

Nachhaltigkeit vom Kunden erfahrbar

Welche Verpackung ist für mein Produkt die richtige? Diese Frage lässt sich nicht so ohne weiteres beantworten. An erster Stelle steht der Schutz des Produkts, dann kommt die Frage des nachhaltigen Verpackungsmaterials und dann die der Gestaltung. Alle drei gemeinsam sollen am PoS dazu führen, dass das Produkt im Einkaufswagen landet. Mit Jörg von Kruse, Geschäftsführer von i+m Naturkosmetik Berlin, sprach Ute von Buch über die Herausforderung einer nachhaltigen Verpackung.

i+m Naturkosmetik Berlin setzt Grasverpackungen von Ellerhold für Kosmetikprodukte ein. Wie kam es dazu?

Als Vorreiter im Bereich nachhaltiger Kosmetik hat i+m bereits 2017 mit der Papierfabrik Scheufelen und dem Packaging Campus Lenningen der Hochschule der Medien Stuttgart begonnen, Graspapierverpackungen zu entwickeln. Nach der Insolvenz von Scheufelen ist Ellerhold dankenswerterweise eingesprungen und hat das Projekt mit uns engagiert fortgeführt.

denn ein maximal nachhaltiges Produkt, das am Ende vom Kunden nicht gekauft wird, macht keinen Sinn. Wir setzen daher das Graspapier als Verpackung primär in unserer neuen plastikfreien We-Reduce!-Serie ein, in der wir Prototypen für eine nachhaltige Kosmetik von morgen entwickeln. Inzwischen wurden mit Ellerhold zwei Thekenaufsteller und Versandkartons für unseren Online-Shop umgesetzt.

Welche Anforderungen haben die Grasverpackungen bei i+m Naturkosmetik zu erfüllen?

Graspapier besteht normalerweise nicht ausschließlich aus Gras, sondern enthält auch zu einem Großteil konventionelle Papierfasern. Daher ist für uns Bedingung, dass der restliche Faseranteil aus Altpapier gewonnen wird – damit das Graspapier nicht nur nachhaltiger aussieht, sondern es auch wirklich ist.

Wo setzt Ihr Unternehmen überall Graspapier ein?

Wie so oft besteht ein Interessenkonflikt zwischen einem möglichst hohen Grad an Nachhaltigkeit und einer möglichst attraktiven Verpackung. Dies gilt insbesondere in der Kosmetikbranche, wo Qualität stark über den Aufwand der Verpackung kommuniziert wird. Hier gilt es immer wieder abzuwägen und Kompromisse zu machen,

Wie kommunizieren Sie den Einsatz von Graspapier gegenüber Ihren Kunden?

Dies erfolgt auf mehreren Ebenen. Wir lassen einerseits Teile der Verpackung unbedruckt, damit der Kunde gleich sieht und fühlt, dass hier ein natürlicheres Material zum Einsatz kommt. Zudem schreiben wir es aber auch nochmals auf die Verpackung und kommunizieren es umfassend auf unserer Webseite.

Wie ist das Echo vom Markt auf die Grasverpackungen?

Von Beginn an sehr gut. Oft ist es ja leider so, dass die nachhaltigste Lösung sinnlich nicht als solche erfahrbar ist und es zusätzliches Wissen benötigt, für das in der Kommunikation am PoS oft kein Platz ist. Das Graspapier stellt hier die glückliche Ausnahme dar, da die Nachhaltigkeit vom Kunden unmittelbar durch die Haptik und das Aussehen erfahrbar wird. Hinzu kommt, dass inzwischen auch viele Kunden wissen, was Graspapier ist. Die Vorstellung der Verwendung von heimischen Gräsern erzeugt zusätzlich ein positives Gefühl von Natürlichkeit.



Jörg von Kruse
i+m Naturkosmetik Berlin
Berlin
www.iplusm.berlin