

Verpackung des Jahres 2022

Wenn sich das Jahr dem Ende zuneigt, wird traditionell die Auszeichnung Verpackung des Jahres“ verliehen. Im Rahmen des 25. Verpackungsdialog des Deutschen Verpackungsmuseums in Heidelberg wurde der Gewinner 2022 bekanntgegeben. Der Preis ging an eine Markenkönigin mit weltweiter Bekanntheit: „HARIBO Goldbären“ werden 100 Jahre jung und zeigen sich bis heute modern in klassischem Design.

Die Geburt dieses Markenartikels fiel in schwere Zeiten. Man schrieb das Jahr 1922, kurze Zeit nach dem Ende des Ersten Weltkriegs. Es waren die Jahre der Hyperinflation, in denen der Zuckerbäcker Johannes („Hans“) Riegel (1893-1945) in Bonn (Kessenich) seine Firma gründete („HARIBO“, 1920). Der Bonbonkocher aus Bonn stellte ein Fruchtgummi her, dem er erstmals die Form eines Bären gab. Dies waren die weltweit ersten „Gummibärchen“. Die Fruchtgummi-Bären hießen zu Beginn noch „Tanzbären“ und waren ein wenig größer und schlanker als die heute bekannten Goldbären. Fröhliche bunte Farben und fruchtige Geschmacksrichtungen gehörten aber bereits seit der ersten Generation dazu.

Seit 1960 heißen die Bären „Goldbären“. Die älteste erhaltene Packung mit der Bezeichnung „Goldbären“ ist eine blaue Kartonage aus dem Jahre 1960, die als Verkaufs-Tray diente. Grundlage für die nun folgenden Innovationen war die Umstellung des Käuferverhaltens durch die neu eingeführte Selbstbedienung im LEH. Nachdem die Bärchen anfangs noch stückweise vertrieben wurden, kamen nun Gebinde als Endverbraucher-Packungen zum Einsatz. HARIBO hatte schon in den 1930er Jahren erfolgreich Folienverpackungen eingesetzt, die damals noch aus Zellglas hergestellt waren („Cellophan“). Weiterhin setzte das Unternehmen über die Jahre alle denkbaren Verpackungsformen ein, von der Kartonage bis zur Blechdose. Im Falle der

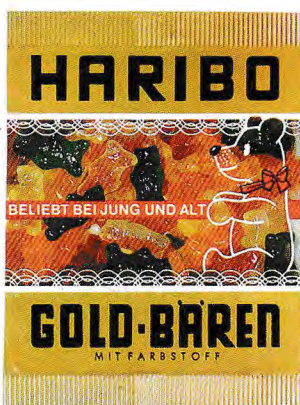
Marke „Goldbären“ jedoch erwies sich die flexible Verpackung im Beutel als markenprägend. Der Beutel wird heute aus dem Monomaterial Polypropylen hergestellt und kann fast vollständig recycelt werden.

Schon 1961 erhielten die „Goldbären“ also ihre erste Beutelverpackung, auf der der sitzende Bär mit roter Schleife Platz nehmen durfte. Von Beginn an gab ein Sichtfenster – ganz wie bei einem Kiosk – den Blick auf die „Goldbären“ im Beutel frei und erzeugt seitdem den sogenannten „Appetite Appeal“. Erst 1968 wurde aus dem Sichtfenster der breite, transparente „Fensterstreifen“, der die Farbmischung der Bären gut zur Geltung bringt. In der Markenkommunikation wurde ab 1979 eine graphisch modernisierte Form des Bären als Markenbotschafter eingesetzt, der „Präsentor-Goldbär“. Der gelbe („goldene“) Bär durfte ab 1980 den Platz des sitzenden Bären auf der Packung einnehmen.

Als Patent und Markenzeichen sind die „HARIBO Goldbären“ seit 1967 gesetzlich geschützt. Die Bekanntheit ist so groß, dass 89 % der Deutschen die Marke schon an der bloßen Silhouette des Produktstücks erkennen können. Aktuell werden weltweit pro Tag mehr als 160 Millionen „Goldbären“ produziert.

Das sagt die Jury

Wichtig ist die Beständigkeit im Auftritt des Markendesigns, die Beharrungsvermögen ausdrückt und Vertrauen generiert (und bindet). Die Jury ist von der Qualität und dem Mut zur Weiterführung des historischen Markendesigns der „Goldbären“ überzeugt. Beeindruckend ist die beständige Gültigkeit der Formensprache, die ohne Abstriche weiter zum Einsatz kommt. In Würdigung ihrer Rolle als „Klassiker“ des internationalen Verpackungsdesigns und zugleich als Anerkennung für den bewiesenen Mut zur Selbstständigkeit wird „HARIBO Goldbären“ zum 100. Jubiläum des Produkts ausgezeichnet mit dem Preis „Verpackung des Jahres“ 2022.



PINNWAND

25 JAHRE DEUTSCHES VERPACKUNGS-MUSEUM

„Mit starken Marken in der Krise bestehen“, unter diesem Motto fand am 27. Oktober 2022 der 25. Verpackungsdialog des Deutschen Verpackungsmuseum in Heidelberg statt. Jahr für Jahr referieren hochkarätige, prominente Vertreter der Marken- und Verpackungswirtschaft, aus Medien, Design, Beratung und Wissenschaft im Heidelberger Verpackungsmuseum über Erfolgsgeschichten der Markenführung und natürlich auch darüber, welchen bedeutsamen Beitrag Verpackungen leisten. Im erweiterten Kreis dieser Veranstaltung entwickelte sich ein namhaftes Netzwerk der „Menschen hinter den Marken“.

Neben 25 Jahren Dialog der Markenführer feierte auch das Deutsche Verpackungsmuseum selbst sein 25-jähriges Bestehen. Das kleine Museum, das nach wie vor zu 100 % aus Spenden finanziert wird, hat es geschafft, zu einem wertvollen Netzwerk der Marken- und Verpackungswirtschaft zu werden.

📍 www.verpackungsmuseum.de

LOGIMAT 2023

Auch in einem Interpack-Jahr darf die LogiMAT natürlich nicht fehlen. Von 25. bis 27. April 2023 trifft sich in Stuttgart die Intralogistik-Branche zu einer beachtlichen Leistungsschau: Über 1.500 Aussteller haben sich angemeldet und werden in zehn Hallen, auf 125.000 Quadratmetern Fläche innovative Technologien, Produkte, Systeme und Lösungen zur Rationalisierung, Prozessoptimierung und Kostensenkung der innerbetrieblichen logistischen Prozesse präsentieren.

Die internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement bietet einen vollständigen Marktüberblick über alles, was die Intralogistik-Branche von der Beschaffung über die Produktion bis zur Auslieferung bewegt und steht in diesem Jahr unter dem Motto HANDS-ON INNOVATION: Connecting Smart Networks.

Die Veranstaltung bietet mit der LogiMAT-Arena neben der Ausstellung täglich wechselnde Vortragsreihen zu den unterschiedlichsten Themen.

📍 www.logimat-messe.de



Foto: Europepp



Foto: Messe Düsseldorf

DRUPA 2024

Rund eineinhalb Jahre vor dem Messestart Ende Mai 2023 nahm die drupa einen bedeutenden Meilenstein: Mehr als 100.000 qm Nettofläche ist bereits von rund 900 Ausstellern aus 45 Nationen gebucht. Das unterstreicht deutlich den Stellenwert und das Alleinstellungsmerkmal der drupa als globale Leitmesse für Drucktechnologien.

Auch nach dem offiziellen Anmeldeschluss Ende Oktober verzeichnet die Messe Düsseldorf weiterhin starke Nachfrage nach Ausstellungsflächen, der aktuell noch entsprechen werden kann. Zurzeit stellt Deutschland die stärkste Ausstellernation unter den Top 10, gefolgt von starken Aus-

stellerländern wie Belgien, China, Großbritannien, Indien, Italien, Japan, die Niederlande, Schweiz, Spanien, Türkei und die USA.

📍 www.drupa.de