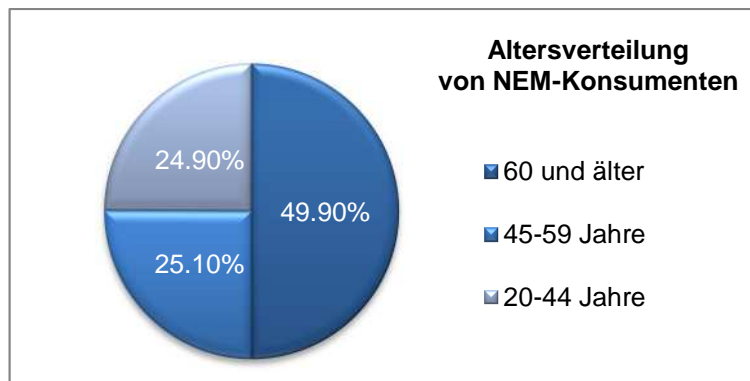


Brausetablettenverpackungen für die Generation 60 plus

## Schnell geöffnet, sicher verschlossen: der neue FOG 27 Verschluss

von Ursula Hahn, Produktmanagement, Sanner GmbH

Etwa ein Viertel aller Erwachsenen in Deutschland verwendet Nahrungsergänzungsmittel (NEM). Zu den beliebtesten Supplementen gehören Vitamin- und Mineraltabletten unter an-



derem in Form von Brausetabletten. Laut Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde wurden im Jahr 2014 insgesamt 168 Millionen Packungen NEM verkauft, eine Steigerung von 3,2 Prozent gegenüber 2012/2013<sup>1</sup>. 60 Prozent aller NEM-Käufer

sind weiblich. Insgesamt ist etwa ein Viertel der Käufer zwischen 45 und 59 Jahre alt, während rund die Hälfte auf Menschen im Alter von 60 und mehr Jahren entfällt.<sup>2</sup>

### Zeit für mehr Nutzerfreundlichkeit

Entsprechend stellt die so genannte Generation 60 plus die Hauptzielgruppe für Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln dar. Diese haben wiederum ganz spezifische Anforderungen an die Verpackung der Produkte. Laut Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BASGO) beklagen über 90 Prozent der Senioren Probleme beim Öffnen von Verpackungen allgemein, drei Viertel der Befragten bemängeln insbesondere die Handhabung von Öffnungsmechanismen<sup>3</sup>. Eine Befragung der Technischen Universität Chemnitz<sup>4</sup> bestätigt dies ebenfalls. Größte Kritikpunkte sind neben schlecht funktionierenden Öffnungsmechanismen der zu hohe Kraftaufwand, der zum Öffnen benötigt wird.

<sup>1</sup> Bund für Lebensmittelrecht und Lebensmittelkunde e.V. (BLL), Multivitamine und Magnesium sind die beliebtesten Nahrungsergänzungsmittel, 18.12.2014, <http://www.bll.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20141218-multivitamine-und-magnesium-die-beliebtesten-nahrungsergaenzungsmittel>

<sup>2</sup> Studie zur zielgruppengerechten Risikokommunikation zu NEM des Bundesinstituts für Risikobewertung (BfR), 2013, <http://www.bfr.bund.de/cm/350/zielgruppengerechte-risikokommunikation-zum-thema-nahrungsergaenzungsmittel.pdf>

<sup>3</sup> Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BASGO), 2003, Beschwerdepool für ältere Verbraucher Ergebnisse der Befragung zum Thema Verpackungen,

[http://www.basgo.de/fileadmin/Aktuell/Verbraucherforum/Verpackungen\\_Ergebnisse\\_Langfassung\\_01.pdf](http://www.basgo.de/fileadmin/Aktuell/Verbraucherforum/Verpackungen_Ergebnisse_Langfassung_01.pdf)

<sup>4</sup> Frank Dittrich und Birgit Spanner-Ulmer, Professur Arbeitswissenschaft, Technische Universität Chemnitz, 2010

Ein Großteil der Verbraucher reagiert bei einer schlechten Erfahrung mit der Verpackung eindeutig und zieht einen erneuten Kauf des Produktes nicht mehr in Betracht. Deshalb sind innovative, nutzerfreundliche Konzepte gefragt. Diese erleichtern nicht nur der Generation 60 plus, sondern auch jüngeren Konsumenten die Handhabung.

### Verbraucherstudie verschafft Klarheit



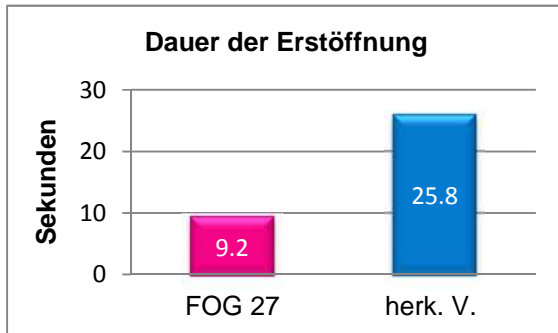
Aufgrund der Anforderungen vor allem älterer Konsumenten hat die Sanner GmbH ein besonders anwenderfreundliches Verschlusskonzept entwickelt. Im Zuge dessen gab das Unternehmen im März 2016 eine Vergleichsstudie in Auftrag<sup>5</sup>. Probanden testeten einen herkömmlichen Verschluss (herk. V.) für Brausetablettenverpackungen sowie das neue FlipTop-Verschlusskonzept (FOG 27) auf deren Handhabung.

Schwerpunkte der Studie lagen gemäß der Hauptkritikpunkte auf Art und Dauer des Öffnens sowie dem dazu eingesetzten Kraftaufwand. In dem quantitativen Handhabungstest, angelehnt an das Zielgruppenverfahren nach DIN CEN/TS 15945:2011, DIN SPEC 91145, wurden 120 haushaltsführende Frauen (60%) und Männer (40%) befragt, die regelmäßig mindestens zwei Mal im Monat Vitamin-, Mineral- oder Kopfschmerzbrausetabletten kaufen und konsumieren. Die Altersverteilung erfolgte entsprechend der realen Nutzerverteilung (siehe Grafik Seite 1).

<sup>5</sup> Der Konsumententest wurde vom Kölner Marktforschungsinstitut Quo Vadis und Packaging Intelligence, einem Marktforschungsunternehmen mit Schwerpunkt Verpackung, durchgeführt.

### Öffnen in knapp einem Drittel der Zeit

Die Probanden wurden gebeten, die Verpackung mehrmals zu öffnen, Brausetabletten zu entnehmen und wieder zu verschließen. Beobachtet wurden dabei Öffnungsdauer, Art der Öffnung und inwiefern das Öffnen den Probanden Probleme bereitet. Die auffälligsten Ergebnisse sind, dass die Probanden deutlich weniger Zeit und Kraft benötigten, um den neuen FOG 27 Verschluss zu öffnen. An diesem Verschluss gefiel ihnen besonders (87%), dass sich das Vorgehen bei der Erstöffnung intuitiv erschließt. Dies führt unter anderem dazu, dass die Probanden für die Erstöffnung des FOG 27



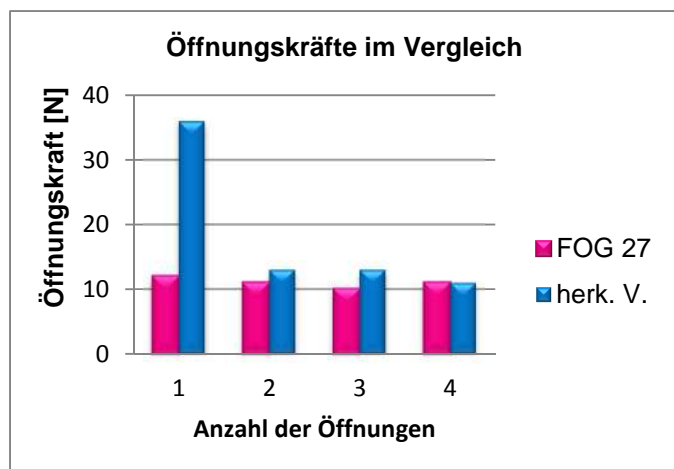
durchschnittlich nur 9,2 Sekunden benötigten. Der gleiche Vorgang dauerte bei der Verpackung mit dem handelsüblichen Verschluss hingegen 25,8 Sekunden. Die Probanden benötigten also durchschnittlich für die Öffnung des FOG 27 Verschlusses nur knapp ein Drittel der Zeit.

Auch die Art des Öffnens ist für eine intuitive Handhabung der Verpackungsröhre relevant. Neben dem einfachen Abreißen des Garantiebendes wurde auch das schmerzfreie Öffnen beim Test ausdrücklich gelobt. Beispielsweise beklagten die Probanden keine Druckstellen am Daumen oder schmerzende Finger beim FOG 27.

Auch wenn er intuitiv zu öffnen und gut greifbar ist: Ob der Verschluss vom Verbraucher als anwenderfreundlich wahrgenommen wird, hängt letztlich stärker davon ab, wie viel Mühe – im Sinne von Kraft – man aufbringen muss, um an das Produkt zu gelangen.

### Niedriger Kraftaufwand, hohe Convenience

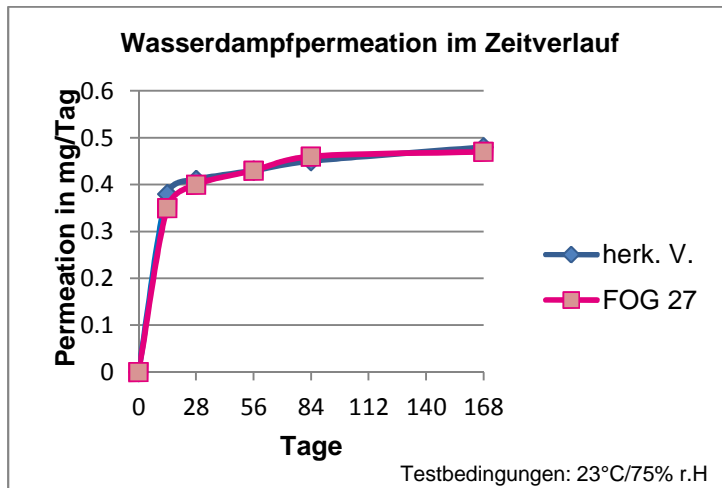
Vor allem bei der Erstöffnung ist ein deutlicher Unterschied zum herkömmli-



chen Unterschied zum herkömmli-

chen Verschluss zu erkennen: Die Erstöffnungskraft beim FOG 27 beträgt 12 Newton, verglichen mit 36 Newton beim herkömmlichen Verschluss. Entsprechend bewerteten 85 Prozent der Probanden den FOG 27 Verschluss allgemein als besonders leicht zu öffnen.

### Verlässlicher Produktschutz

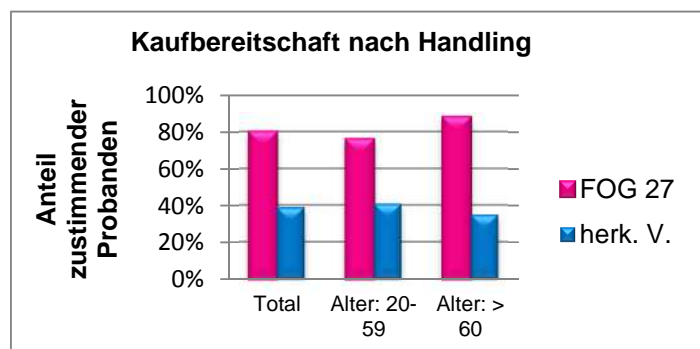


Damit die Tabletten lange sprudel-fähig bleiben, sollte keine Feuchtigkeit eindringen. Auch aus hygienischen Gründen sollte der Verschluss dicht schließen, damit keine Fremdstoffe in die Verpackung gelangen. Obwohl sich der FOG 27 Verschluss besonders leicht öffnen lässt, ist er genauso dicht wie herkömmliche Verschlüsse. So

bestätigten im Test 92 Prozent aller Befragten auch nach mehrmaligem Öffnen die sehr gute Wiederverschließbarkeit des FOG 27 Verschlusses. Der Grund liegt unter anderem darin, dass der FlipTop des FOG 27 fest an der Brauseröhre befestigt und intuitiv zu schließen ist. Zudem kann er nicht verlegt werden oder verloren gehen.

### Praxistest zeigt deutliche Kundenpräferenzen

Für 40 Prozent der Befragten ist die Benutzerfreundlichkeit der Verpackung ein relevantes Kriterium für ihre Kaufentscheidung. Bereits eine kleine Produktverbesserung sorgt für deutlich mehr Kundenzufriedenheit: Knapp 90 Prozent der Zielgruppe 60 plus würden sich aufgrund des Handlings wieder für das Produkt mit dem benutzerfreundlicheren FOG 27 Verschluss entscheiden.



Die Probanden wussten die allgemein leichtere und intuitivere Handhabung des FOG 27 zu schätzen. Für Hersteller von Nahrungsergänzungsmitteln stellt der neue FOG 27 Verschluss somit eine ideale Alternative dar. Die Studienteilnehmer haben eindeutig bestätigt: Nach nur

einer Verwendung würden sie die Brauseröhren mit FOG 27 Verschluss sofort bevorzugen und wieder kaufen. So löst der FOG 27 zwei Herausforderungen auf einen Streich: Kunden erhalten eine nutzerfreundliche Verpackung und NEM-Hersteller einen zufriedeneren Kundenkreis mit höheren Wiederkaufsraten.

### Die Ergebnisse im Überblick

- Verglichen mit dem herkömmlichen Verschluss lässt sich der neue FOG 27 in nur einem Drittel der Zeit öffnen.
- Auch für die Generation 60 plus ist das Öffnen des FOG 27 Verschlusses einfach, schnell und einhändig durchführbar.
- Den 70 Prozent geringeren Kraftaufwand beim Öffnen heben die Probanden als besonderen Vorzug des FOG 27 hervor.
- In punkto Dichtigkeit steht der FOG 27 dem herkömmlichen Verschluss in nichts nach: Trotz geringerem Öffnungswiderstand bleibt der Produktschutz gewährleistet.
- Da der FlipTop-Verschluss fest an der Brauseröhre angebracht ist, lässt sich der FOG 27 leicht wiederverschließen und kann nicht verloren gehen.



Weitere Informationen finden Sie unter:

[www.sanner-group.com](http://www.sanner-group.com)