

Neu
inszeniert



Nachhaltig, aber nicht weniger auffällig: Für L'Oréal haben die POS-Spezialisten von paul + paul neue Lösungen konzipiert, die für einen umweltfreundlicheren Markenauftritt sorgen.

Paul + Paul: Nachhaltige Displays für L'Oréal

Umdenken für die Umwelt

L'Oréal hat sich zum Ziel gesetzt, das POS-Marketing nachhaltiger zu gestalten. Bei der Umsetzung hat auch paul + paul mitgewirkt. Das Ergebnis: Displays, die zum Umweltschutz beitragen, im Handel die Aufmerksamkeit der Shopper gewinnen und somit zu einer hohen Awareness führen.

Im Sinne der Nachhaltigkeit müssen bisherige Konzepte neu gedacht werden, um Veränderungen zu bewirken. Diesen Ansatz verfolgt L'Oréal bereits seit längerem im Rahmen des Projekts „Eco Design“ – unter anderem zusammen mit paul + paul. Im Zuge der bereits bestehenden Zusammenarbeit haben die Spezialisten von paul + paul dazu beigetragen, den POS-Auftritt nachhaltiger zu gestalten – ohne dabei auf Hingucker-Effekte zu verzichten. Um dieses Vorhaben zu erreichen, haben die Projektpartner Änderungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette von Displays vorgenommen – angefangen beim Material über die Herstellung, Logistik bis hin zum Einsatz im Handel. Welche Herausforderungen zu bewältigen waren und wie es gelungen ist, Nachhaltigkeit ganzheitlich in die Praxis umzusetzen, berichten Oliver Burkhardt, Verkaufsleiter Innendienst paul + paul und Alexander Ließ, Verkaufsleiter Außendienst paul + paul.

DISPLAY: Was hat es mit dem Projekt „Eco Design“ auf sich und welche Ziele verfolgt L'Oréal damit?

OLIVER BURKHARDT: Beim Eco Design handelt sich um ein internes L'Oréal-Projekt, das zu mehr Nachhaltigkeit beitragen und den CO2-Ausstoß reduzieren soll.

DISPLAY: Welche Maßnahmen tragen dazu bei, dieses Ziel zu erreichen?

OLIVER BURKHARDT: Zum einen müssen die Größen optimiert werden, sodass Paletten optimal ausgelastet und Displays möglichst flach verpackbar sind. Zum anderen dürfen ausschließlich Materialien verwendet werden, die mit dem FSC- oder PEFC-Zertifikat ausgezeichnet sind. Der Recycling-Anteil muss bei mindestens 30 Prozent liegen oder die Materialien müssen wiederverwendbar sein – sprich, sich



„Unsere Aufgabe besteht darin, Displays zu entwickeln, die in den Punkten Material, Logistik und Entsorgung zur Nachhaltigkeit beitragen und sich für den langfristigen Einsatz am POS eignen.“

Oliver Burkhardt, Verkaufsleiter Innendienst
paul + paul

lassen sich die Displays vollständig dem Altpapier-Recycling zuführen und müssen nicht vorher getrennt werden.

DISPLAY: Auf welche weiteren Aspekte wurde bei der Planung geachtet?



dem Recyclingsystem zuführen lassen. Darüber hinaus dürfen keine Batterien oder elektronische Komponenten sowie Magnete genutzt werden. Auch auf PET-Folien-Veredelung wird weitgehend verzichtet. Auf diese Weise lassen sich die Displays einfach im Altpapier entsorgen.

DISPLAY: Wie konnten Sie diesen Anforderungen gerecht werden?

OLIVER BURKHARDT: Erstens haben wir bei den Displays auf Veredelungen vollständig verzichtet. Ein spezieller Hochglanz-Dispersionslack löst die glänzende Folienkaschierung und umweltbelastende UV-Lacke ab. Zweitens werden die kaschierten Steckdisplays zu 100 Prozent aus Recyclingmaterial gefertigt. Dabei enthalten sowohl die Graupappe als auch der verwendete Bedruckstoff GD2 Liner kein Frischfaseranteil. Außerdem verwenden wir für Inlays und Trays weder Schaumstoffe noch Kunststofftiefelemente, sondern nur Wellpappe, Graupappe oder geklebte Kartonnester. Dementsprechend

OLIVER BURKHARDT: Bei der Konstruktion haben wir bereits eine optimale Flächenausnutzung und einen minimalen Materialeinsatz berücksichtigt. Dementsprechend hatten wir bereits in der Konstruktionsphase die Logistik- und Palettenoptimierungen im Blick. Insgesamt können wir durch die Reduzierung der Grammaturen und Materialstärken hochgerechnet auf 2020 rund 20 Prozent Material einsparen.

DISPLAY: Welche Display-Lösungen haben Sie im Rahmen des Projekts entwickelt?

OLIVER BURKHARDT: Alle Displays, insbesondere kaschierte Steckdisplays, können flach verpackt werden und sind dank einfacher Montage am Einsatzort leicht aufzurichten. Diesen Effekt konnten wir auch für einen runden Dekosockel erzielen, der ab sofort flach zu verschicken ist. Dadurch kann Transportvolumen erheblich eingespart werden. Hinzu kommt, dass wir einige der bisher aus Acryl gefertigten Displays durch Karton ersetzen. Um auch weiterhin die gleiche Stabilität zu gewährleisten, benötigt es einen stabilen Kern. Hierzu haben wir Grau- oder Wellpappe verwendet, die im nächsten Schritt mit Karton ummantelt wird.

DISPLAY: Welche konkreten Auswirkungen haben die Maßnahmen auf die Logistik?

OLIVER BURKHARDT: Durch Konstruktionsänderungen, die es ermöglichen, dass bisher aufgerichtete Produkte zukünftig flach verschickt werden, haben mehr Produkte Platz: Bei einem 40 Zentimeter-Durchmesser-Rundsockel ließen sich bisher 16 Exemplare auf eine Palette packen, in geänderter Bauweise sind es nun 88 Exemplare. Bei einer Auflage von rund 1.000 Exemplaren werden somit 50 Europaletten weniger benötigt.

DISPLAYS: In welchen Märkten kommen die Displays zum Einsatz?

OLIVER BURKHARDT: Die Zweitplatzierungen ➤

Paul + Paul

Die Paul + Paul GmbH zählt zu den innovativsten Displayproduzenten in Deutschland. Mit ihren 5 Standorten in drei Ländern, ist die Paul + Paul Gruppe ein global agierendes Unternehmen. Aktuell kann die Paul + Paul Gruppe auf einen Personalstamm von rund 300 Mitarbeitern zurückgreifen. Nachhaltig hervorstechende Displayentwicklungen und deren produktionstechnische Umsetzung gehören zum täglichen Leistungsanspruch des Unternehmens.

» sind teilweise in Apotheken zu finden, die Displays für Luxusmarken setzen Kaufimpulse in Parfümerien. Die Aufsteller für Kosmetikprodukte sorgen in Drogerien für Aufmerksamkeit.

DISPLAY: Wie lange können die Displays am POS platziert werden?

ALEXANDER LIESS: Der Faktor Langlebigkeit trägt in diesem Projekt auch zur Nachhaltigkeit bei. Wir können daher durchaus sagen, dass wir Permanentdisplays aus Karton fertigen, die bis zu einem Jahr oder gar länger im Einsatz sind. Um diese langfristige Verwendung zu gewährleisten, setzen wir auf eine stabile Bauweise. Auf Wunsch ermöglichen wir den Einsatz von Bedruckstoffen, welche Licht- und UV-beständiger sind als herkömmliche Kartonsorten.

DISPLAY: Wie lässt sich Verkaufsförderung und Nachhaltigkeit Ihrer Meinung nach am POS vereinen?

ALEXANDER LIESS: Umweltfreundlichkeit ist in Zeiten des Klimawandels längst zu einem wich-



„Umweltfreundlichkeit ist ein wichtiger Faktor bei der Kaufentscheidung. Nachhaltige Displays spiegeln diese Werte adäquat am POS wieder, ohne dabei auf eine hochwertige Optik verzichten zu müssen.“

Alexander Ließ, Verkaufsleiter Außendienst
paul + paul

tigen Faktor in der Kaufentscheidung geworden. Dieser Aspekt kann daher aus Sicht der Markenhersteller zur Verkaufsförderung beitragen. Nachhaltige Displays spiegeln diese Werte adäquat am POS wieder, ohne dabei auf eine hochwertige Optik verzichten zu müssen.

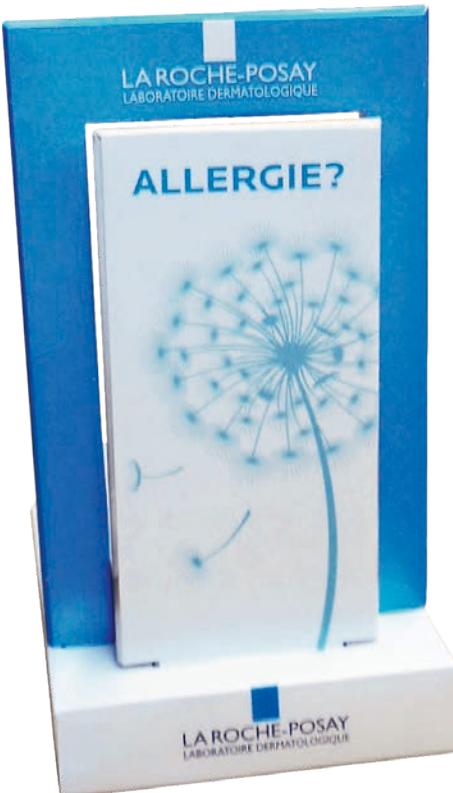
DISPLAY: Existiert eine längere Zusammenarbeit mit L'Oréal?

ALEXANDER LIESS: Wir arbeiten bereits seit zwölf Jahren mit dem Projektpartner zusammen.

DISPLAY: Welche Maßnahmen sind im Rahmen des Projekts in Zukunft geplant?

OLIVER BURKHARDT: Der Einsatz von Kunststoff soll weiterhin verringert werden. Auch eine Reduktion des CO2-Austoßes wird angestrebt.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch. <<



Karton anstelle von Acryl: Als umweltfreundliche Alternative verwendet paul + paul für die Herstellung bestimmter Displays Grau- oder Wellpappe, die mit Karton ummantelt wird.



Die kaschierten Steckdisplays können flach verpackt werden und sind durch einfache Montage am POS leicht aufzurichten. Dadurch kann erheblich Transportvolumen eingespart werden.

