Videojet präsentiert...

Evolution der Verpackung, Revolution bei der Kennzeichnung

Der Umsatz in der Kosmetikbranche liegt weltweit bei über 350 Milliarden US-Dollar. In dieser Branche unterscheidet man zwischen sechs Hauptklassen von Produkten: Duftstoffe, Haarpflege, Make-up, Mundpflege, Hautpflege und Hygieneartikel. Der Markt verändert sich ständig: Es gibt neue Innovationen, die Vorlieben der Kunden ändern sich und durch die behördlichen Auflagen verändert sich die Landschaft jedes Jahr.

Der Anfang

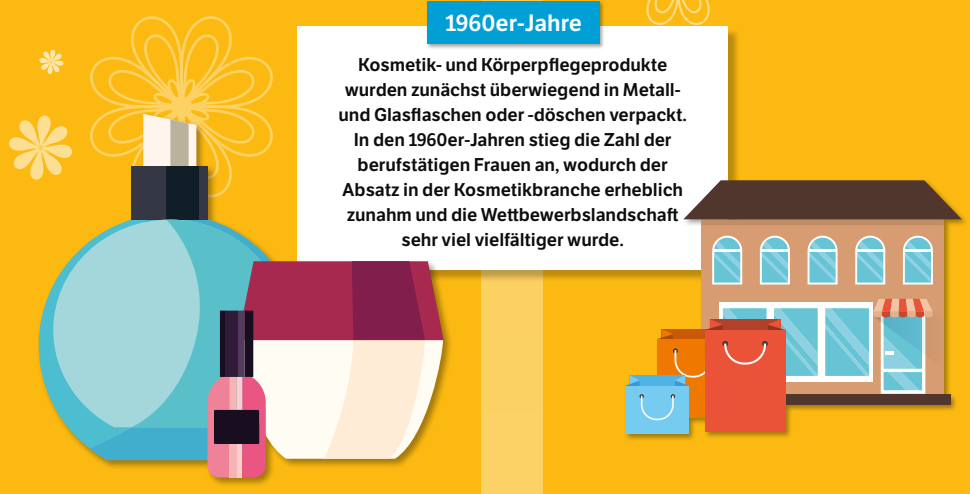
1960er-Jahre

4 Milliarden US-Dollar*

1957 gaben die US-Amerikaner 4 Milliarden US-Dollar für Kosmetikprodukte und -dienstleistungen aus.

1960er-Jahre

Kosmetik- und Körperpflegeprodukte wurden zunächst überwiegend in Metall- und Glasflaschen oder -döschen verpackt. In den 1960er-Jahren stieg die Zahl der berufstätigen Frauen an, wodurch der Absatz in der Kosmetikbranche erheblich zunahm und die Wettbewerbslandschaft sehr viel vielfältiger wurde.



* „Clothing and Fashion: American Fashion from Head to Toe", von José Blanco F, Patricia Kay Hunt-Hurst, Heather Vaughan Lee und Mary Doering

1970er-Jahre

1970er-Jahre

In den 1970er-Jahren wurden neue Trends gesetzt – mit Kosmetikprodukten in hellen Farben und noch mehr Produktinnovationen. Bei den Verpackungen setzten die Hersteller nun vermehrt auf Kunststoff und Karton.

Die Kennzeichnung der Inhaltsstoffevon Kosmetikprodukten wurde zu Beginn der 1970er-Jahre ein Thema. Dies führte zu neuen gesetzlichen Vorgaben, die eine ausführlichere Kennzeichnung vorsahen und 1977 vollständig in Kraft traten.

1980er-Jahre

1980er-Jahre

In den 1980er-Jahren war Auffallen angesagt – insbesondere bei den Frisuren. Dadurch stieg die Zahl der unterschiedlichen Haarpflege- und Salonprodukte enorm an, sodass in der Produktion viele verschiedene Verpackungstypen und -größen verarbeitet wurden.

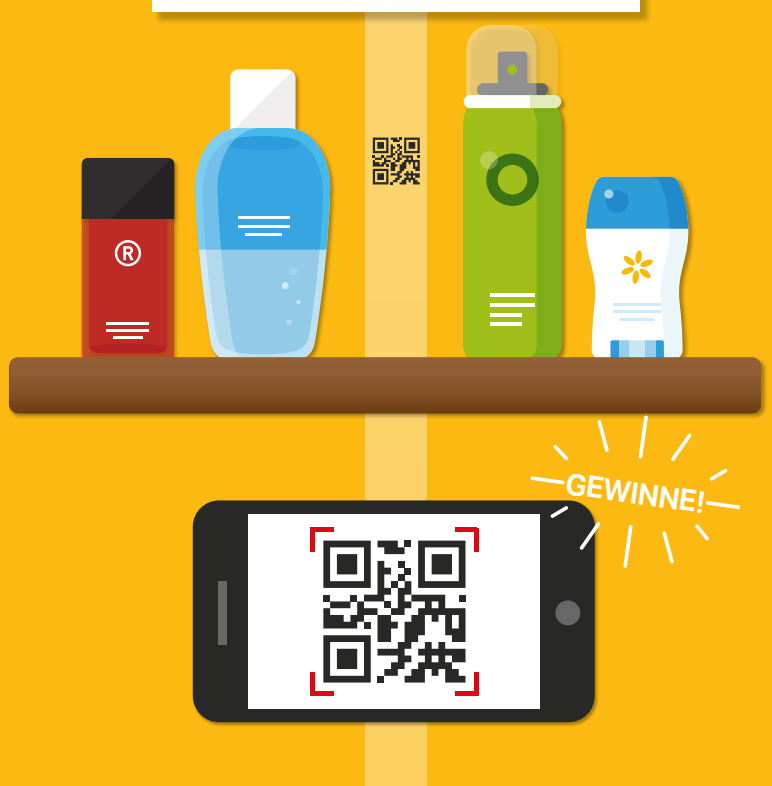
1990er-Jahre

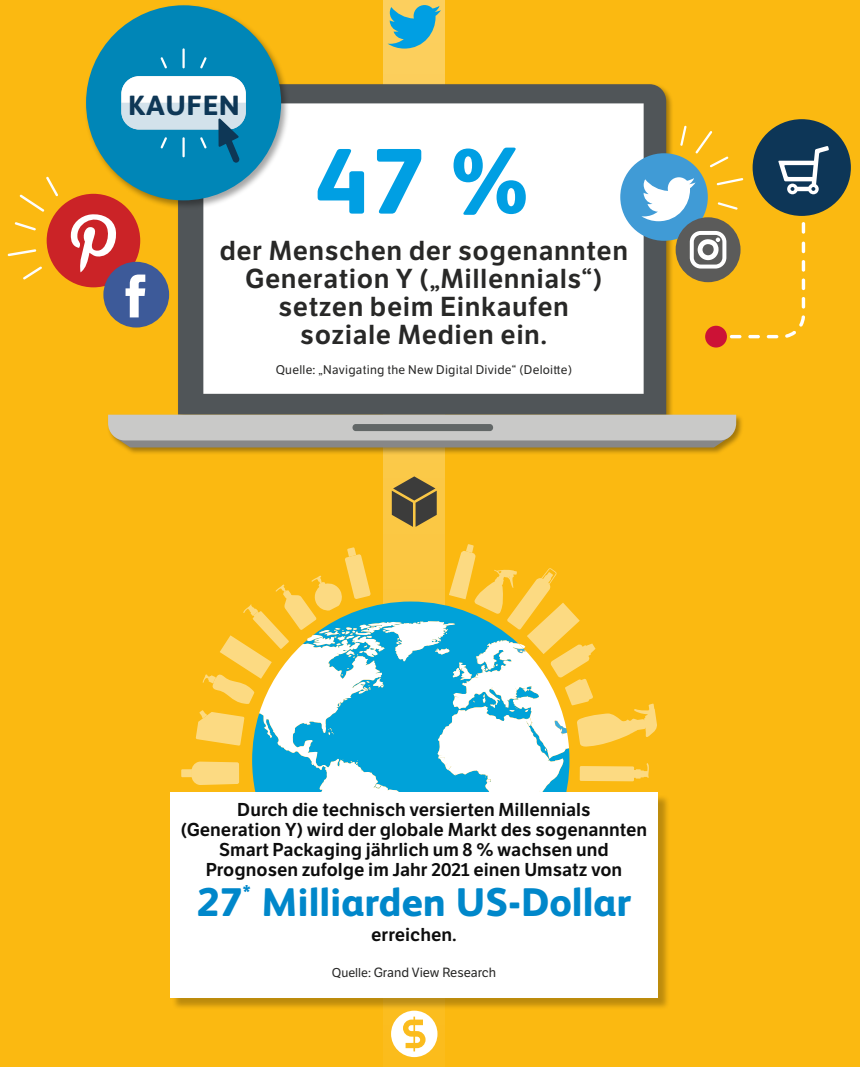
Die 1990er-Jahre erlebten eine wahr Revolution, was Innovationen bei den Kosmetik- und Körperpflegeprodukten betraf. Die Produkte und Verpackungen wurden aufwändiger, damit sie sich in den Regalen von Supermärkten und Drogerien von den Konkurrenzprodukten abhoben.

Millennials

Durch neue Technologien und Elektrogeräte kaufen die Nutzer heute Kosmetik- und Körperpflegeprodukte an anderen Orten und auf andere Arten und Weisen. Smartphones, das Internet und soziale Medien spielen beim Kaufprozess eine sehr große Rolle.

Die Verpackungen wurden entsprechend angepasst und versuchen heute, mit QR-Werbecodes sowie Spiele- und Wettbewerbscodes das Interesse der Nutzer zu wecken. Durch diese Elemente – zusammen mit einem deutlichen und auffälligen Markendesign und den erforderlichen Kennzeichnungen der Branche – bleibt nur wenig Platz für andere Komponenten.





Variables Haushaltseinkommen

Die Mittelklasse wächst auf der ganzen Welt und die Gewohnheiten, Vorlieben und Bedürfnisse der Nutzer entwickeln sich entsprechend weiter. Die Nutzer wollen erstrebenswerte Produkte kaufen und sind auf der Suche nach erschwinglichen Luxusmarken zu einem guten Preis.

Die stärkere Nachfrage nach Premium-Marken sorgt dafür, dass die Qualität in den Mittelpunkt rückt. Das schließt Produkt-, Verpackungs- und Markenqualität ebenso ein wie die Qualität der Produktkennzeichnung für eine optimale Rückverfolgbarkeit.

Quelle: Umfrage von Techvalidate

* https://www.techvalidate.com/product-research/videojet/facts/8B4-C26-439

Gesundheits- und Körperpflege für Männer

Die Körperpflegebranche für Männer hat einen enormen Zuwachs verzeichnet und nimmt ständig weiter zu. Dieser Aufschwung bringt neue Produktinnovationen mit sich, die Änderungen in der Verpackungsbranche zur Folge haben.

60
Milliarden US-Dollar

Prognosen von Euromonitor zufolge wird der Markt der Körperpflegeprodukte für Männer um 5,2 % pro Jahr wachsen und im Jahr 2020 einen Umsatz von 60 Milliarden US-Dollar erreichen.

Quelle: Euromonitor International, Beauty and Personal Care Industry Forecast

89 %*

...der befragten Kosmetikunternehmen gaben an, dass es von der Größe des Produkts bzw. vom verfügbaren Platz auf dem Produkt abhängt, wie und wo sie die Kennzeichnung platzieren. Der beschränkte Platz für die Kennzeichnung und eine größere Bandbreite von Verpackungsmaterialien stellen für Kennzeichnungsanbieter eine neue Herausforderung dar, wenn es darum geht, die perfekte Lösung für das jeweilige Substrat zu finden.

Quelle: Umfrage von Techvalidate

* https://www.techvalidate.com/product-research/videojet/facts/D14-838-E1B

Nachhaltigkeit und umweltgerechte Verpackungen

Da Millennials immer häufiger in der Unternehmensführung anzutreffen sind, wird erwartet, dass es mehr Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit geben wird. Dies wird dazu führen, dass die Hersteller in der Schönheitspflegebranche mehr umweltgerechte Verpackungen und Methoden entwickeln werden.

Die 5 wichtigsten Trends bei der Nachhaltigkeit

1
Höhere prozentuale Anteile von Materialien, die durch Verbraucher recycelt werden können

2
Das sogenannte „Lightweighting“ (Gewichtseinsparungen) wird bei Verpackungen immer beliebter.

3
Mehr wieder auffüllbare und wiederverwendbare Verpackungen für gewissenhafte Entscheidungen

4
Reduzierung der Produktmengen/ Verpackungsgrößen, sodass das Produkt vor dem Ablaufdatum aufgebraucht werden kann

5
Die Fertigungsprozesse leisten einen Beitrag zur Reduzierung der Kohlenstoffbilanz.

Bio- und Naturprodukte werden immer beliebter. Dies ist ein weiteres Zeichen für die verantwortungsbewussten Millennials. Gemäß Schätzungen von Transparency Market Research zum Markt der Körperpflegeprodukte wird es im Biosegment ungefähr das folgende Wachstum geben...

16 Milliarden US-Dollar
bis 2020

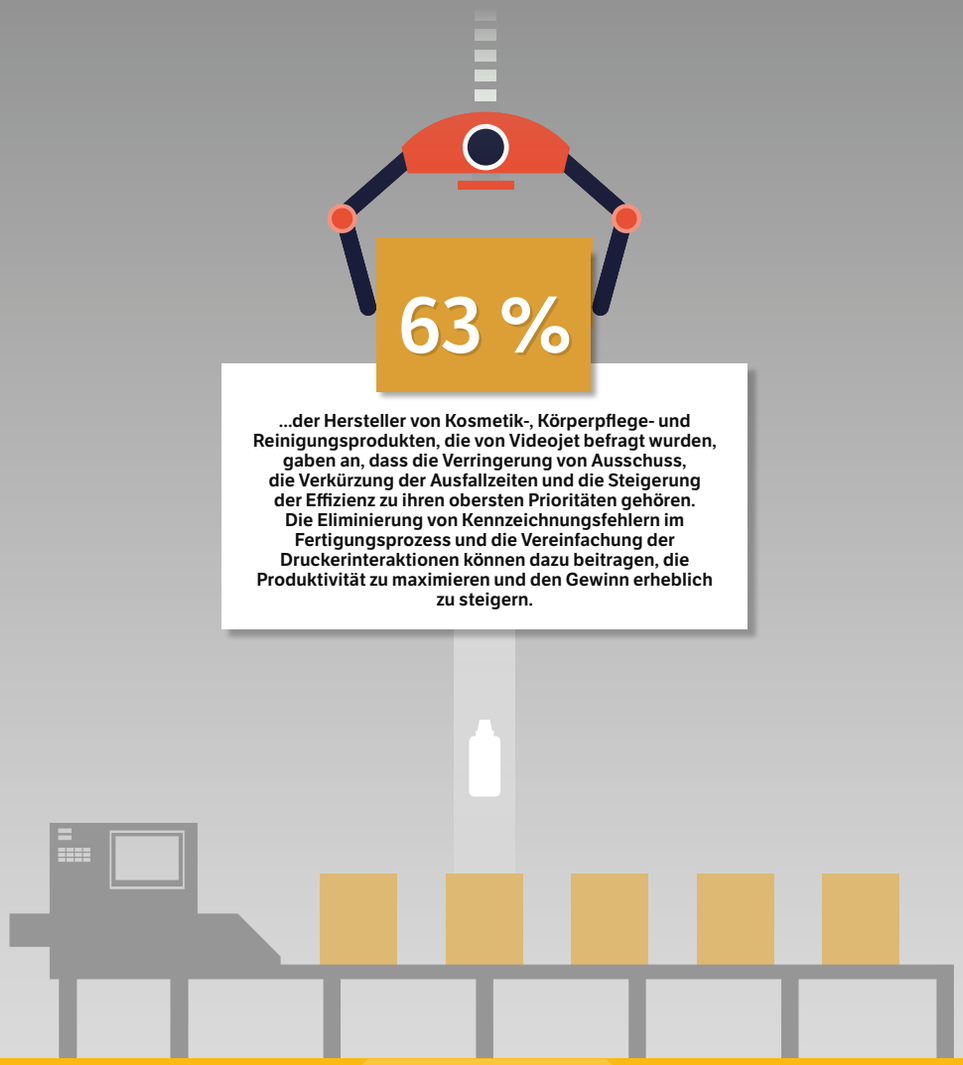
Convenience-Produkte und mehr Reisen

Die Welt rückt immer näher zusammen und die Zahl der Reisen wird weltweit weiter zunehmen. Dadurch wird der Standard für einen zunehmend mobilen Lebensstil bestimmt. Dies hat dazu geführt, dass immer mehr Produkte in kleineren Verpackungen (Reisegrößen) auf dem Markt verfügbar sind.

Klein und fein!

- Die Produkte können aufgebraucht werden, bevor sie ablaufen.
- Die Kunden können neue Produkte ausprobieren, ohne dass hohe Kosten anfallen.
- Die Kunden können ihre Lieblingsprodukte überallhin mitnehmen, ohne durch die Bestimmungen für Flugreisen eingeschränkt zu werden.
- Für Hersteller eröffnen sich neue Möglichkeiten, wieder auffüllbare Produkte in umweltgerechten Verpackungen anzubieten, etwa in flexiblen Beuteln.

Alle Hersteller in sämtlichen Branchen möchten die betriebliche Effizienz verbessern, die Kosten durch Ausschuss in der Fertigung senken und die unerwarteten Ausfallzeiten bei den Produktionslinien verringern.



63 %

...der Hersteller von Kosmetik-, Körperpflege- und Reinigungsprodukten, die von Videojet befragt wurden, gaben an, dass die Verringerung von Ausschuss, die Verkürzung der Ausfallzeiten und die Steigerung der Effizienz zu ihren obersten Prioritäten gehören. Die Eliminierung von Kennzeichnungsfehlern im Fertigungsprozess und die Vereinfachung der Druckerinteraktionen können dazu beitragen, die Produktivität zu maximieren und den Gewinn erheblich zu steigern.

Verpackungstypen

Kosmetik-, Körperpflege- und Reinigungsprodukte weisen im Vergleich zu so gut wie jedem anderen Konsumgütermarkt die größte Auswahl an Verpackungsmaterialien, Farben und Formaten auf.

© 2017 Videojet Technologies GmbH