

Preisgekrönter Käse-Tray aus Frövi Karton

Dieser Käse-Tray gewann in der Kategorie „All other food“ bei dem 2003 ECMA / Pro Carton Wettbewerb. Nicht nur ein Blickfang im Warenregal, die kreative Konstruktion passt sich auch unterschiedlichen Größen des handgefertigten Holländischen Käses Reypenaer an.

Kommentare der Jury

„Diese unkonventionelle Käseverpackung veredelt den Käse zu einem Premiumprodukt. Der Golddruck auf dem Karton ist von hoher Qualität und hebt sich gut gegen den blauen Hintergrund ab.“ (Gedruckt mit einfarbigem Offset plus Goldfolie und Dispersions-lack.)



Das perfekte Präsent für Geschäftspartner

Noch bis vor kurzem wurde Reypenaer nur an exklusive Restaurants und im holländisch-en internationalen Flughafen, Schiphol, verkauft. Dieser handgefertigte Käse ist dem Gauda ähnlich - aber nicht vergleichbar mit den industriellgefertigten Sorten. Gouda Käse ist eine Art holländisches Markenzeichen. Diese Sorte ist sehr exklusiv und macht sie zu einem perfekten Präsent für Geschäftspartner. Daher entschloss sich der Hersteller Wijngaard Kaas, durch den Verkauf dieses traditionellen Käses an Feinkost-geschäfte und Einzelhändler, sein Geschäft zu erweitern.

Der Verpackungsschlüssel zum Erfolg

Um den Käse in einem größeren Umfang einzuführen, entwickelte Wijngaard ein neues Konzept, indem der Käse, wie ein Tortenstück geschnitten, präsentiert wird. Der Designer BTM und der Verarbeiter Acket Drukkerij – Kartonnage kreierten die Verpackung. Inspiriert wurden sie von der Holzverpackung, die bei französischem Käse eingesetzt wird. Die spezielle Konstruktion schließt so, dass sie sich allen unterschied-ichen Größen anpasst. Der Käse wird durch eine selbstklebende Banderole in der Verpackung gehalten.

FRÖVI LIGHT für Qualitätsprodukte

FRÖVI LIGHT wurde als Kartonmaterial ausgewählt um dazu beizutragen, das Marketingkonzept „Qualitätsprodukt“ zu verwirklichen. Als Karton entspricht er dem Image der Marke „Kraft durch Einfachheit“. Abgesehen von den herkömmlichen Aspekten, wie Schutz während der gesamten Verpackungs- und Vertriebskette, war es wichtig, dass der Käse als luxuriöses Produkt präsentiert wird. „Die Kartonnrückseite spiegelt das traditionelle Image des Käseherstellungsprozesses wieder“, sagt Herr Woulter Pullens, Purchasing Manager bei Acket Drukkerij-Kartonnage. Die Verkaufszahlen nach der Einführung in der Weihnachtszeit 2002 beweisen den Erfolg des Konzepts!

Sagen Sie „cheese“ und lächeln Sie!

Warenzeichen: **Reypenaer**

Produzent: **Wijngaard Kaas, NL**

Designer: **BTM, NL**

Verpackungshersteller: **Acket Drukkerij-Kartonnage, NL**

Materialhersteller: **AssiDomän Frövi, Schweden**

Flächengewicht: **FRÖVI LIGHT 310 + PE 15 g/m²**