



PACKSERVICE

PRESSEINFORMATION

Co-Packer Packservice auf der FachPack in Nürnberg in Halle 7, Stand 439

Sondereditionen beflügeln Handel und Marke

Karlsruhe, 11. Juli 2016 – Markenorientierte Promotion-Aktionen bestimmen zunehmend das Bild am Point of Sale. Sie kreieren Erlebniswelten, überraschen mit neuen Ideen und treten in den Dialog mit dem Shopper – kurz: sie bieten echte Mehrwerte für Konsumenten, Hersteller und Einzelhandel. Wie Markenartikler aus der Food-, Getränke- und Kosmetikindustrie ihre veredelten Sondereditionen und Displays selbst bei großen Volumina effizient realisieren und termingerecht in den Verkauf bringen können, zeigt der Karlsruher Co-Packing-Spezialist Packservice Ende September auf der FachPack in Halle 7, Stand 439. Im Fokus des Messeauftritts stehen kreative und gleichzeitig flexible Packaging- und Handlingkonzepte, die der Saison- oder Aktionsware einen glanzvollen Auftritt verschaffen.

„Heute muss sich eine Marke am Point of Sale durch gezieltes Produktmarketing von Mitbewerbern abheben, dafür sind Sondereditionen die perfekte Wahl. Während sich das Angebot in vielen Branchen früher auf Weihnachts- und Osterartikel beschränkte, setzen Hersteller heute auch unter dem Jahr auf saisonale Aktionen“, berichtet Oliver Fischer. Der Geschäftsführer der in Deutschland, Österreich und Schweiz tätigen Unternehmensgruppe spricht aus Erfahrung. Packservice, seit über 35 Jahren auf hochwertige Verpackungsdienstleistungen spezialisiert, konfektioniert im Auftrag der großen Brands jährlich über eine Million Displays und rund sechs Millionen Geschenk- und Sortimentskartons. Darüber hinaus laufen maschinell verarbeitet rund 885.000 Flowpacks, mehr als sieben Millionen Sleeves und rund zehn Millionen Shrinks als werbewirksame Umverpackungen vom Band.

Ob On-Packs, Geschenksets, Limited Editions, Gratisproben oder sogenannte Line Extensions – der Anteil derartiger Promotions am Warenumsatz im Markt der Fast Moving Consumer Goods wächst kontinuierlich, bei einigen Produktgruppen findet bereits der überwiegende Teil der Ware auf Displaypaletten seinen Weg in die

Supermärkte und Drogerien. „Um den Anforderungen des Marktes gerecht zu werden, muss ein Dienstleister flexibel sein. Das bedeutet für uns als Co-Packer, dass wir auch mit geringen Stückzahlen und einer Vielzahl von kleinen, eng getakteten Aufträgen zurechtkommen müssen. Zudem bestimmen immer wieder kurzfristige Großaufträge unser Alltagsgeschäft“, so Fischer. „Herkömmliche Pack- und Lieferprozesse müssen daher flexibilisiert, beschleunigt und modernisiert werden. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Abläufe mit und für den Kunden weiter zu optimieren.“

Um die veredelten Waren selbst bei großen Aufträgen und kurzen Vorlaufzeiten pünktlich und mit konstant hoher Qualität an den Handel zu liefern, setzt Packservice gruppenweit auf standardisierte Prozesssicherheit, geschultes Personal und einen hohen Automatisierungsgrad auf Basis modernster Produktionsanlagen und IT-Technologien – sowohl an seinen insgesamt 20 Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz als auch im Rahmen seines Campus-Konzepts direkt im Warehouse des Logistikpartners oder Markenherstellers.

Unternehmensgruppe Packservice auf der FachPack 2016:

Halle 7, Stand 439

Bild



Bildunterschrift:

Zur Rumflasche das Cocktailglas oder zur Sonnencreme eine Probe After Sun-Lotion – Promotions wie diese steigern am P.O.S. die Umsätze. Fester Dienstleistungsbestandteil der Marketingkampagnen großer Brands sind heutzutage professionelle Co-Packing-Spezialisten wie die Packservice-Gruppe aus Karlsruhe.

Über das Unternehmen

Die Packservice-Gruppe mit Sitz in Karlsruhe wurde 1980 gegründet. Sie beschäftigt heute mehr als 1.000 Mitarbeiter an 20 Standorten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Unternehmensgruppe ist im B2B-Geschäft als Spezialist für Verpackungsdienstleistungen innerhalb der Supply-Chain führend. Neben hochwertigem Co-Packing bietet Packservice im Raum D-A-CH Lösungen für personalintensive Handling-Services und Konzepte für logistische Dienstleistungen (Outsourcing, Campus-Konzept). Zu den Kunden zählen Markenartikler für Food, Pet Food und Kosmetik sowie Hersteller aus den Bereichen Pharma/Healthcare und Industrie (Klebstoffe, Reinigungsmittel, Papier). Die Dienstleistungssparte Textilservice nutzen vor allem Versand-/Kaufhäuser und Modelabels.

Kontakt Unternehmen

PACKSERVICE

Mannheimer Straße 16-18
76131 Karlsruhe

Sarah Kraft

Telefon: +49 (0) 721 96166-50
Fax: +49 (0) 721 96166-66
E-Mail: sarah.kraft@packservice.com
www.packservice.com

Kontakt Agentur

FAKTUM MARKETING | KOMMUNIKATION | PUBLIC RELATIONS

Friedrich-Ebert-Anlage 27
69117 Heidelberg

Team Packaging

Michael Fass & Annette Lautenbach
Telefon: +49 (0) 62 21 / 45 89-13
Fax: +49 (0) 62 21 / 45 89-89
E-Mail: a.lautenbach@faktum-kommunikation.de
www.faktum-kommunikation.de
www.faktum-newsroom.de

Text und Bild dieser Pressemitteilung stehen Ihnen zum Download unter www.faktum-redaktion.de zur Verfügung.