



ÜBER DIE AUTORIN

Lara Kater ist Studentin der Verpackungstechnik cand. M.Eng. Im Studium hat sie sich auf Pharma- und Medizinproduktverpackungen spezialisiert und baut dahingehend auf ihrer beruflichen Praxiserfahrung als Operationstechnische Assistentin auf.

Kontakt:
lara.kater@
gmail.com

Ganzheitliche Verpackungskonzepte am Pharmamarkt

Erwartungen und Lösungen der Packaging Supply Chain

Neuentwicklungen von Verpackungen für den pharmazeutischen Markt kennzeichnen in der Branche ein spannendes Aufgabengebiet. Dabei spielen das makroökonomische Umfeld ebenso eine Rolle wie das mikroökonomische Umfeld. Das Blister-Wallet stellt in diesem Zusammenhang eine exemplarisch diskutierte Verpackung nach dem Solution Selling Ansatz dar. Verpackungen beziehen danach auch solche Anforderungen der Packaging Supply Chain ein, die über die reine funktionale Bedeutung der Verpackung hinausgehen.

Klassische Tablettenverpackungen bestehen aus intuitiv anzuwendenden Durchdruckverpackungen, sog. Blister, einer Packungsbeilage und einer beides umschließenden Faltschachtel. Sie zeichnen sich durch Erfüllung der funktionalen Basisanforderungen an Rationalisierung, Kommunikation und Schutz des Packguts aus und strahlen Stabilität, Qualität, Tradition und Vertrauen aus. Doch es gibt auch Tablettenverpackungen, die ein jüngeres Image verkörpern und sich damit bereits in den 90er Jahren am Markt behaupten konnten. Sogenannte Wallets charak-

.....
von Lara Kater und Jan Luccarda, Vice President Business International, August Faller GmbH & Co. KG
.....

terisieren die hippe „to go“ Variante der klassischen Verpackung und finden Einsatz als Verpackung für Pharmazeutika, Süßwaren oder Nahrungsergänzungsmittel. Hierbei wird der Blister einer der Nöpfchenform entsprechend gestanzten Kartonehülle zugeführt, die durch Ziehen, Schieben oder Aufklappen zu öffnen ist.

1. SOLUTION SELLING

Hier setzt das sogenannte Solution Selling der Verpackungsentwicklung an. Dieser Ansatz soll neben der Produktentwicklung zusammen mit der Verpackung einen Wert verkaufen, der über den der Verpackung selbst hinausgeht (Jan Luccarda, Vice President Business International, Neue Verpackung, Online-Archiv vom 09.12.2014). Dieser Wert kann beispielsweise die Optimierung kundenseitiger Prozesse oder zusätzlicher Service im B2B Geschäft sein. Beides könnte nebenbei auch die Kundenbindung stärken.

A. Prozessoptimierung

Wichtigster Ausgangspunkt für die Entwicklung des Blister-Wallet, einer Verpackungskonstruktion, bei welcher nur eine einzige Packmittelkomponente sowohl als Blister im herkömmlichen Sinne als auch als Schutzverpackung und Informationsfläche fungiert, ist die Prozessoptimierung, also die Steigerung der Gesamtanlageneffektivität. Realisiert wird dies durch eine partielle Umformung der Kunststoffolie, inline Abfüllung, Einbringung einer speziell gefalzten Packungsbeilage und anschließende Wicklung des verbleibenden Folienendes

um den Blister herum. Das Blister-Wallet wird sodann durch Aufbringen eines Sicherheitsetiketts versiegelt (Originalitätsverschluss). Insgesamt entfällt damit der Bedarf nach einer Umverpackung und damit der entsprechende Prozessschritt in der Herstellung. Die erforderliche Verpackungsanlage verkürzt sich um die Kartonniermaschine. Diese Reduktion der Fertigungskomplexität führt zu einem Kostenvorteil im Fertigungsprozess, welcher sich in der weiteren Vermarktungskette fortsetzen könnte.

B. Erweitertes Dienstleistungsangebot

Neben den oben genannten Möglichkeiten zur Prozessoptimierung kann der Lohnverpacker mit dem Blister-Wallet weitergehende Dienstleistungen als bei klassischen Verpackungen üblich für den pharmazeutischen Unternehmer übernehmen. Insbesondere bietet es sich aufgrund des für Blister-Wallets typischen Herstellungsverfahrens an, dass der Lohnverpacker auch die Abfüllung, die Kennzeichnung sowie den Vertrieb des Endprodukts für den pharmazeutischen Unternehmer übernimmt. Die Rolle des Lohnverpackers würde hierdurch massiv gestärkt und er übernehme so eine gesteigerte Verantwortung. Letzteres insbesondere auch deshalb, weil er als Inverkehrbringer im Sinne des Arzneimittelgesetzes agieren würde und damit für die Einhaltung der entsprechenden gesetzlichen Vorschriften verantwortlich wäre, beispielsweise auch für die Erfüllung der künftigen Serialisierungspflicht. Aus Sicht des pharmazeutischen Unternehmers würde eine Auslagerung von Prozessschritten nicht nur Kosten und Zeit einsparen, sondern auch ein höheres Maß an Flexibilität und die Konzentration auf Kernkompetenzen ermöglichen.

C. Wahrnehmung des Blister-Wallets beim Endkunden

Neben dem Mehrwert beim Fertigungsprozess kann das Blister-Wallet auch den Endkunden subjektiv wahrgenommenen Nutzen im Vergleich zu ähnlichen Pharmaverpackungen steigern. Denn wie oben bereits ausgeführt genießen Wallets ein Image, das insbesondere die jüngere Generation anspricht und damit auch ein großes Marktsteigerungspotenzial verspricht. Bei eben dieser jungen Generation hat Gesundheit in den letzten Jahren eine besonders wichtige Stellung eingenommen. Neben Prävention und Heilung treten zunehmend Aspekte wie überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit und Fitness in den Vordergrund. Die Relevanz von Gesundheit als Life Style Komponente spiegelt sich auch in aktuellen Zahlen der Gesundheitsberichterstattung des Bundes wider (gbd-bund.de/Arzneimittelumsatz ab 2001). Hierbei kommt dem Markt der nicht-verschreibungspflichtigen (rezeptfreien) Medikamente, insbesondere dem Selbstmedikationsmarkt, eine bedeutende Rolle zu. Denn seit 2012 steigt der Umsatz rezeptfreier Arzneimittel an, was auch ein zukünftiges Wachstum dieses Marktsegments und damit auch der zu verkaufenden Packungseinheiten vermuten lässt. Schon im letzten Jahr lag der Anteil verkaufter Packungseinheiten für den rezeptfreien Arzneimittelmarkt beinahe gleichauf mit dem des rezeptpflichtigen Arzneimittelmarktes.

2. INITIALES MARKTFEEDBACK ZUM BLISTER-WALLET

Im Rahmen einer Prüfung zur wirtschaftlichen Vorteilhaftigkeit und Umsetzbarkeit des Projekts wurde eine Umfrage unter Führungskräften der deutschen Pharmaindustrie durchgeführt. Ziel war es, eine erste Resonanz am Pharmamarkt zu erhalten und abzufragen, ob die möglichen Mehrwerte der Verpackung Marktakzeptanz erfahren. Die Rücklaufquote vollständig ausgefüllter Fragebögen belief sich auf 19 %. Die absolute Teilnehmerzahl ist allerdings nicht für den gesamtdeutschen Pharmamarkt aussagekräftig. Die Ergebnisse zeigen, dass pharmazeutische Unternehmer der Einführung einer neuen Verpackung wie dem Blister-Wallet aufgrund der damit verbundenen Unsicherheiten noch skeptisch gegenüberstehen. Denn aus deren Sicht dürften Medikamente verschiedener Packungsgrößen nicht in unterschiedlichen Verpackungssystemen abgepackt sein. Deshalb müssten bei einer Umstellung einer Packungsgröße auf das Blister-Wallet sämtliche



Das Blister-Wallet ist eine Verpackungskonstruktion, bei der nur eine einzige Packmittelkomponente sowohl als Blister im herkömmlichen Sinne als auch als Schutzverpackung und Informationsfläche fungiert



dieses Medikament betreffende Packungen ebenfalls umgestellt werden. Dies würde einen erheblichen Aufwand bezüglich der Änderung von Prozessen und der Dokumentation bedeuten.

Bei der Umfrage wurde bei den Adressaten auch die Akzeptanz der oben dargestellten Dienstleistungskonzepte im Sinne des Solution Selling abgefragt. So wurde um Auskunft darüber gebeten, ob der Adressat als pharmazeutischer Unternehmer eine Verpackung bevorzugte, bei der die genannten Prozessschritte an Dritte ausgelagert würden, was zu einer Verschlankeung der eigenen Fertigung, höheren Kapazitäten und angenommenen geringeren Betriebskosten führte. Weiterhin wurde gefragt, ob sie bereit seien, für diese Verpackung einen Preis zu bezahlen, welcher diese Mehrleistungen des Lohnverpackers berücksichtigt oder ob sie die beim Blister-Wallet auf den Lohnverpacker ausgelagerten Dienstleistungen lieber weiterhin selbst übernehmen würden und dafür einen geringeren Preis für die Verpackung zahlen möchten. Die Antworten hierzu waren ausgewogen uneinheitlich. Dies lässt den Schluss darauf zu, dass das Produkt Blister-Wallet mit seinem Solution Selling Ansatz grundsätzlich marktfähig ist, jedoch einer noch stärkeren, kommunikationsgestützten Vermarktung bedarf.

Daneben wurde in den Antworten der Umfrage auf die hohen Anschaffungskosten im Zusammenhang mit der Einführung des Blis-

ter-Wallets hingewiesen, welche die Adressaten vor der Umsetzung zurückschrecken lassen. Eine Kalkulation auf Grundlage der Total Cost of Ownership zeigt jedoch, dass die Anschaffungskosten im Vergleich zu anderen Kostenpositionen eine vergleichsweise geringe Relevanz haben und stattdessen andere Kostenpositionen wie beispielsweise Material- und Personalkosten in den Vordergrund treten. Insgesamt ergibt eine genaue Kalkulation, dass der Einstieg ins Blister-Wallet-Herstellungsverfahren trotz der Anschaffungskosten für den Lohnverpacker schnell vorteilhaft sein kann (eine solche Kalkulation nimmt die Autorin Lara Kater in ihrer Masterarbeit mit dem Titel „Prüfung der ökonomischen Vorteilhaftigkeit einer pharmazeutischen Verpackung unter Anwendung des Total Cost of Ownership Ansatzes – am Beispiel des Blister-Wallets“ vor).

Positiv wurden in den Antworten das Verpackungsdesign und dessen Wirkung am POS hervorgehoben. Zudem stimmten die Umfrageteilnehmer der These zu, dass die Verpackungsgestaltung auch auf dem pharmazeutischen Markt eine immer größere Bedeutung bekomme.

Dies lässt den Schluss zu, dass zukünftige Verpackungsentwicklungen des pharmazeutischen Marktes nicht nur die Grundanforderungen an die Funktion, sondern vor allem Erwartungen der Stakeholder der Packaging Supply Chain in einem ganzheitlichen Verpackungskonzept erfüllen müssen. [PI]