

BAGS MAGAZIN

VP Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH – www.vp-group.de



Innovation in der Druckvorstufe

Mehr Prozesssicherheit: Workflow mit integriertem 3D-Modul

Innovation in Pre-Press

Higher Process Reliability: Workflow with integrated 3D-module

(Seite/Page 2)



Papiertüte im Trend

Richtlinienentwurf der europäischen Union bringt Bewegung in den Markt.

Trendsetter Paper Bag

Draft Directive of the European Union stirs the Market

(Seite/Page 6)



Studie zur Wahrnehmung

Visuelle Reize im Blickfeld – Analyse zur Werbewirksamkeit der Tüte

Study on Perception

Focus on Visual Stimuli – An Analysis of the Bag's Advertising Effectiveness

(Seite/Page 7)

VP Group – 100 % für den Klimaschutz



Die VP Group hat sich konsequent dem Schutz des Klimas verschrieben. In unserer Unternehmensphilosophie sind 100 Prozent Klimaneutralität fest verankert.

Ein ökologisch wichtiger Schritt für uns sowie unsere Kunden ist der komplette Ausgleich von anfallenden Emissionen. An allen fünf Standorten der VP Group werden sämtliche internen Prozesse, aber auch die Transporte zu unseren Kunden durch hochwertige VCS-Emissionsminderungszertifikate komplett ausgeglichen.

Allein bis zum Jahr 2012 ist es uns gelungen, am Hauptfir-

mensitz in Feuchtwangen die Treibhausemissionen um ganze 21 % zu senken. Doch unser ehrgeiziges Ziel ist es, bis 2020 weitere 20 % CO₂-Reduktion in der gesamten Unternehmensgruppe festzuschreiben.

Ökologische Produktion

Dabei setzt die VP Group auf Rohstoffe aus nachhaltiger Forstwirtschaft und auf Materialien mit Recyclinganteil.

In der Produktion kommen ausschließlich wasserbasierte Farben und lösungsmittelfreie Klebstoffe zum Einsatz. Für eine immer größere Umweltverträglichkeit optimieren wir unsere Produkte permanent – und das bei gleichbleibender Qualität.

Verpackungslösungen: 100 % CO₂-neutral

Als 100 % klimaneutrales Unternehmen gehen wir noch einen Schritt weiter. Ab sofort bieten wir unseren Kunden auch 100 % CO₂-neutrale Produkte an.

Doch was ist das Herausragende an CO₂-neutralen Verpackungslösungen von VP?

Der besondere Umweltschutzaspekt liegt darin, dass zusätzlich der Rohstoff für die Herstellung selbst, dessen Entsorgung, aber auch der Transport der Rohstoffe zu VP sowie der Transport von unseren Kunden zu deren Geschäftspartnern kompensiert werden.

Konzernweite Klimaneutralität

VP unterstützt Klimaschutzprojekte in Kenia und Indien. Diese sind nach dem international anerkannten Verified Carbon Standard zertifiziert und berücksichtigen soziale Aspekte. Innerhalb dieser Projekte wird ein hoher Anteil an CO₂ gespeichert, der wiederum die verbleibenden Treibhausemissionen der VP komplett ausgleicht. Begleitet werden wir dabei von ClimatePartner, einem Experten für unternehmerischen Klimaschutz.

Klimaschutz mit Garantie

Vertrauen ist gut, deshalb sind wir nach ISO 14001 und ISO 50001 zertifiziert. Das gibt Ihnen die Garantie, Verpackungslösungen zu verwenden, die in einem klimaneutralen Unternehmen gefertigt wurden.

Alle Details zum Thema Klimaschutz der VP Group finden Sie hier: www.vp-group.de/de/klimaneutral

VP Group – 100 % Committed to Protecting the Environment

The VP Group has dedicated itself to consequently protect the climate. 100 % climate-neutrality is firmly embedded in our corporate philosophy.

An ecologically important step for us and our customers is the full compensation for arising emissions. All five locations of the VP Group entirely offset all internal processes as well as all transports to our customers through premium VCS emission reduction certificates.

In fact we had been able to reduce greenhouse gas emissions at our headquarters in Feuchtwangen by as much as 21 % by the end of 2012.

However, it is our ambitious aim to implement a further 20% CO₂ reduction within the entire Group by 2020.

Ecofriendly Production

The VP Group procures raw materials from sustainable forestry and materials with recycling percentage. Our production solely processes upon water-based colors and solvent-free adhesives. In order to consistently increase environmental compatibility we permanently optimize our products – with our quality remaining on top.

Packaging Solutions: 100 % CO₂ neutral

Being a 100 % climate-neutral enterprise we even go one step further. As of now we offer our customers also 100 % CO₂ neutral products.

Yet, what makes CO₂ neutral packaging solutions by VP stand out?

The particular benefit for the environment results from our additional compensation for the raw materials used in produc-

tion, their disposal, but also the transport of raw materials to VP and the transport of our customers to their business partners.

Climate-Neutrality across the Group

VP supports climate protection projects in Kenya and India. These are certified according to the internationally acknowledged Verified Carbon Standard (VCS) and take social aspects into account.

In the course of these projects, huge amounts of CO₂ are stored and saved. In consequence the remaining greenhouse gas emissions of VP are being completely offset.

We are supported in this endeavor by ClimatePartner, an expert agency for corporate climate protection.

We Guarantee Climate Protection

Since trust is vital, we have been certified according to ISO 14001 and ISO 50001. Hence we provide you with the guarantee that you apply packaging solutions being manufactured by a climate-neutral enterprise.

You will find all details as to climate protection by the VP Group here: www.vp-group.de/en/climateutral



Originalgetreue 3D-Voransicht

Dreidimensionale Freigabe-PDF

Sie liefern uns Ihre Druckdaten, wir erledigen den Rest: In unserer eigenen Prepress-Abteilung werden Ihre Druckdaten schnell und effizient auf die für den Flexodruck notwendigen Vorgaben angepasst.

Egal ob ein schlichtes Logo auf Vorder- und Rückseite oder ein randumlaufendes Produktbild: Oftmals ist es schwierig sich im Vorfeld die fertig produzierte Tragetasche vorzustellen. Deswegen haben wir unser Leistungsspektrum erweitert und bieten unseren Kunden, zusätzlich zu unseren bewährten Handmustern, die dreidimensionale Ansicht per PDF an. So können wichtige Details wie

beispielsweise der Überlauf von Vorder- auf Rückseite oder etwa der Stand des Bodenlogos ganz einfach im Adobe Acrobat Reader überprüft und freigegeben werden.

Unser Produktportfolio zeichnet sich durch eine Vielzahl an verschiedenen Formaten und Ausführungen aus. Unabhängig davon, ob Sie sich für eine Topcraft, Toptwist oder eine Topline entschieden haben. In der 3D-Ansicht bekommen Sie nicht nur einen originalgetreuen Eindruck über den Stand Ihres Druckmotivs, sondern auch noch über die Wirkung Ihres gewünschten Griffs.



True to the Original 3D Preview Three-dimensional Release PDF

You simply submit your print data and we will do the rest: our in-house pre-press department will swiftly and efficiently adjust your data to the necessary flexo-print requirements.

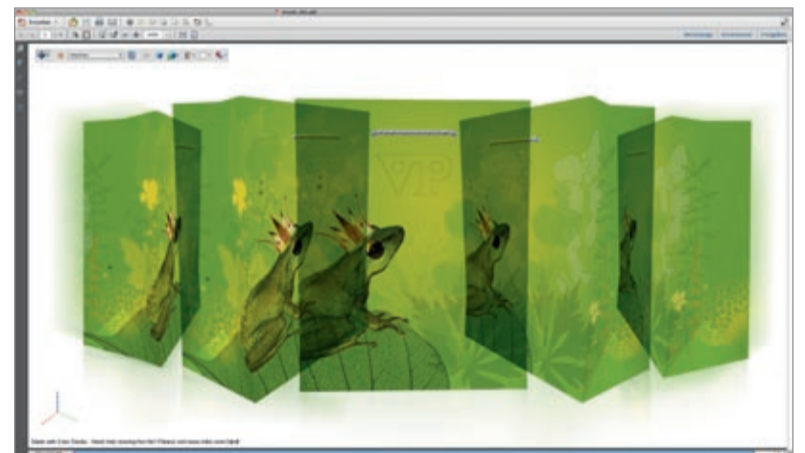
Whether a simple logo on the front and back or a full-bleed product image: often it is difficult to imagine the look of the

finished carrier bag. Hence we have expanded our range of services and offer our customers in addition to our reliable samples a 3D preview as PDF.

This allows checking and releasing important details like the transition from the front to the back side or the position and

state of the bottom logo very easily in Adobe Acrobat Reader.

Our product portfolio excels through a huge number of different formats and versions. No matter if you have opted for a Topcraft, Toptwist or a Topline - our 3D preview provides you not only with a true impression of the state of your print, but also of the effect of the desired handle.



Innovation in der Druckvorstufe

Automatisierter Workflow für mehr Prozesssicherheit

Der qualitativ hochwertige Flexodruck ist ein sich ständig entwickelndes Hochdruckverfahren, das sich besonders durch seine vielseitigen Einsatzgebiete auszeichnet. Im Verpackungsbereich ist er das Druckverfahren schlechthin, da ein breites Spektrum an Bedruckstoffen bedruckt werden kann, die mit anderen Druckmethoden nur schwer, oder gar nicht verarbeitbar sind.

Gerade in der Druckvorstufe ist es wichtig, sich den immer neuen technischen Entwicklungen prozessorientiert zu stellen. Darum setzen wir seit 2012 den automatisierten Workflow „Automation Engine“ von ESKO ein.

Das integrierte 3D-Modul ermöglicht uns, unseren Kunden bereits bei der Druckfreigabe einen originalgetreuen räumlichen Eindruck der späteren Papiertragetasche zu vermitteln.

Mittels GMG Flexoproof und modernsten EPSON-Proofdruckern erstellen wir farbverbindliche Raster-Proofs, die für zusätzliche Produktionssicherheit sorgen. So lassen sich unter anderem, im Vorfeld eine Vielzahl an Sonderfarben originalgetreu simulieren, unter Berücksichtigung der späteren Bedruckstoffstruktur.

Besonders bei der Druckformherstellung ist technisches Know-how gefragt. Kein Druckmotiv gleicht dem anderen, deshalb entscheiden unsere Vorstufen-Experten ganz individuell, welche Bebilderungstechnologie sich am besten für die jeweiligen Anforderungen eignet.

Egal ob HD-Flexo von ESKO auf Fotopolymer Basis oder die digitale Bebilderung von Gummi Rundsleeves, wir bieten stets die passende Technik für Ihre Bedürfnisse.

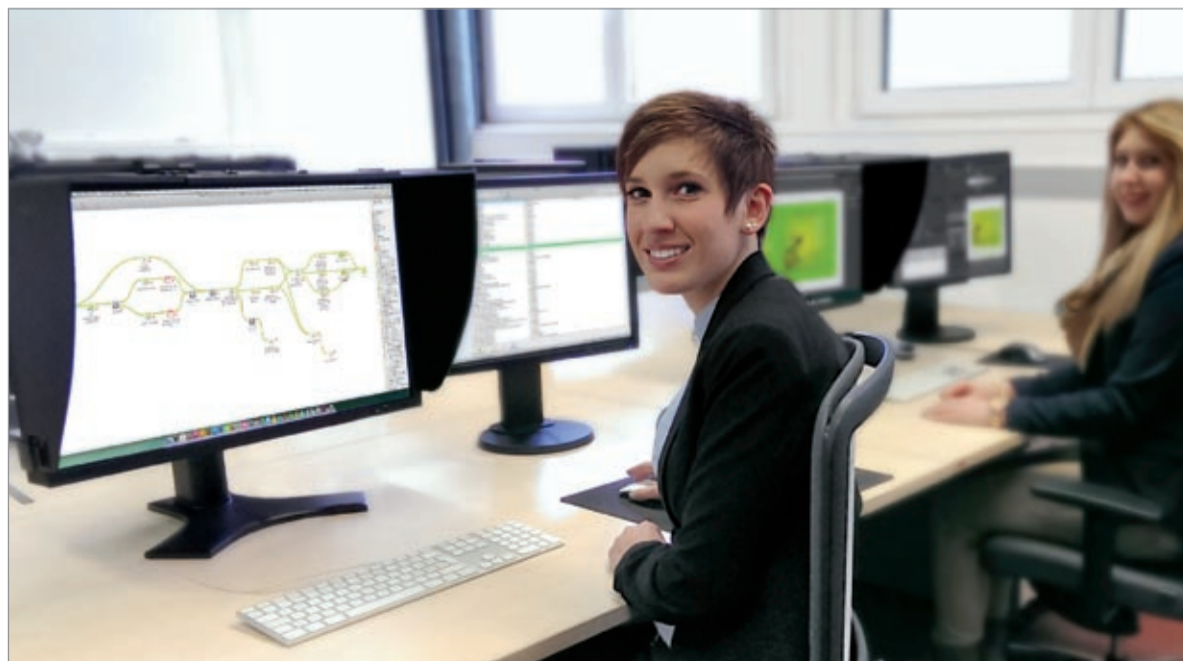
technical developments, applying a process-oriented approach. Therefore we have been utilizing the automated workflow „Automation Engine“ by ESKO since 2012.

The Integrated 3D-module enables us to provide our customers already during the print approval with a true to the original spatial impression of the desired paper carrier bag.

By applying GMG Flexoproof and state-of-the-art EPSON proof-printers we generate color accurate screen-proofs safeguarding additional production security. Thus, amongst other advantages, numerous special colors can in advance be simulated true to the original while considering the later substrate structure.

Printing plate production in particular requires technical know-how. Each print has a unique motif; hence our pre-press experts decide very individually which imaging technology suits the respective demands.

Whether HD-Flexo by ESKO based on photopolymers or digital illustrations by rubber roundsleeves, our technique will always meet your needs.



Innovation in Pre-Press Printing Automated Workflow for Higher Process Reliability

High-quality flexo-printing is a relief printing method undergoing gradual shifts and permanent further developments, mainly characterized by its versatile fields of application. In the packaging industry it is the quintessential printing method per se, since it allows printing on a broad range of printing substrates that other printing methods can either barely or not at all process upon.

Especially pre-press technology needs to face ever new

„Automation Engine“: Effizienz und Qualität
“Automation Engine“: Efficiency and quality



Eleganz auf ganzer Linie: die formschön designte Kollektion von Villeroy & Boch - *elegance throughout the line: the remarkable designed collection by Villeroy & Boch*



Tüten gehen laufen? Klar, auf Werbetour durch die Einkaufsstraßen der Stadt. Hier mit Schuhen von Adidas - *Bags run? sure, on an advertising tour through the city's shopping zones, here with Adidas shoes*

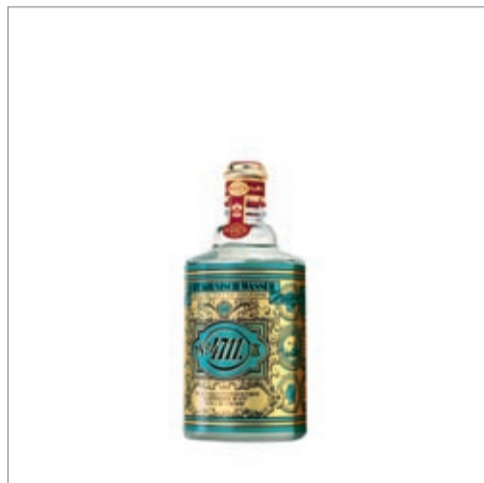


100 Prozent Image

Starke Marken haben eine unverwechselbare Identität. Tragetaschen transportieren diese Identität mit Leichtigkeit. Dank eines enormen Gestaltungsspielraums bei der Produktion



Lust auf 4711? Diese Tüte trägt den Duft im besten Sinne - *Anyone for 4711? This bag carries the scent without overpowering*



Edles Understatement perfekt inszeniert. Auf dieser ToplineTragetasche ist das Logo der Uhrenmarke Rado geprägt und nur bei genauem Hinschauen erkennbar - *elegant understatement perfectly posed. This Topline carrier bag is embossed with the logo of the watch brand Rado, only visible with a closer look*



Plakative Logos werden auf Tragetaschen besonders gut wahrgenommen. Hier vom Autohersteller Volkswagen - *striking logos are particularly noticeable on carrier bags, here, the motorcar manufacturer Volkswagen*



Gute Werbung kann so einfach sein. Größer bekommt man sein Logo wohl kaum in eine Fußgängerzone. - *good advertising can be so simple. A logo rarely makes it to the pedestrian zone in a larger size.*



In der Presse werden sie als „Ikonen des Alltags“ gefeiert: Tragetaschen. Aus dem Give away, das man Kunden mit auf den Weg gibt, die zufällig keine andere Tragegelegenheit haben, ist eine erstklassige Werbeform geworden, die das Marken und Produktimage kräftig unterstützt.

In einer Studie gaben mehr als 40 Prozent der Testpersonen an, dass sie in ein auf einer Tragetasche beworbenes Geschäft auch gehen würden. Ist die Tüte schön gestaltet, macht das die darauf abgebildete Marke bei den meisten Testpersonen sympathisch. Mehr als die Hälfte fanden, dass hinter einer attraktiven Tüte auch eine attraktive Marke steht.

Doch warum ist das so? Nun, zum einen liegt dieses Phänomen in der Psychologie der Tüte selbst begründet. So wie sich Erotik bekanntermaßen im Kopf abspielt, macht eine schöne Tüte Lust auf deren Inhalt, den sie versteckt. Ein Großteil der Testpersonen gab an, dass sie neugierig sind, auf das, was in einer Tüte drin ist.

Zum anderen liegt der große Erfolg der Tüte aber auch in ihrer ungeheuren Wandelbarkeit begründet. Eine perfekt gestaltete Tragetasche kann die Emotionalität und corporate Identity einer Marke beliebig aufgreifen.

Dank moderner Druckverfahren und einer großen Auswahl an Papierqualitäten kann vom einfachen LeisureLook bis hin zu

edler Krokooptik jedes Markenimage umgesetzt werden (siehe auch die oben aufgeführten Beispiele namhafter Unternehmen).

100 Percent Image
Strong brands have an unmistakable identity, easily transported by carrier bags thanks to the enormous freedom possible in their design

The press celebrates them as "icons of everyday life": carrier bags. Once just a giveaway for customers who happened to have no other means of carrying their purchases, they have become a first-class advertising medium, strongly reinforcing brand and product reputation.

In a recent study, more than 40 percent of the test subjects stated that they would go into a shop advertised on a carrier bag. When the bags are beautifully made, most people found the portrayed brand even more appealing. More than half believed that behind an attractive bag was an attractive brand.

But why should that be the case? Well for one, this phenomenon finds on the psychology of the bag itself. Just as eroticism plays out mostly in the mind, a beautiful bag arouses curiosity about what it hides. A majority of the test subjects stated that they were curious about the contents of a bag.

For another, the great success of the bag lies in its enor-

mous malleability. A perfectly designed carrier bag can emphasize any aspect of the emotionality or corporate identity of a brand.

Thanks to modern printing processes and a wide range of paper quality, any brand image can be created: from a simple casual look to the impression of luxurious crocodile leather (see also the examples of great brands above).



Die große Tütenparade

Für jede Situation eine passende Tragetasche.

Tüten erweisen sich als wahre Verwandlungskünstler, wenn es darum geht, Farbe und Form zu wechseln. Wir laden Sie ein zu einem Streifzug durch die Welt der Tüten.

Diese Tüte kennt jeder und sie ist vielleicht sogar der bekannteste Werbeträger der Welt: die printbag®.

Sie wird gemäß der Vorgaben des Kunden gestaltet und garantiert einen starken Markenauftritt. Ob ein einfaches Logo oder ein ansprechendes Produktbild: der Tragetaschenhersteller VP bringt es wirksam auf die Tüte.

Printbags sind die am weitesten verbreitete Tütenart. Neben dem praktischen Nutzen bietet die Tüte, bzgl. Werbewirksamkeit, ein hervorragendes Preis-Leistungs-verhältnis. Mit einem gemessenen Tausender Kontaktpreis von 3,50 bis 4,50 Euro, verbucht die Tüte gegenüber vergleichbarer Werbung klare Vorteile!

Zur Auswahl stehen eine Vielzahl von Formaten und Papierqualitäten. Bis zu acht Farben können gedruckt werden. Ab 5.000 Stück lohnt sich eine individuelle Tüte bereits.

Wer seiner printbag® einen besonderen Auftritt verschaffen

will, veredelt Oberflächen mit ausgewählten Effekten oder besticht durch eine edle Prägung. Ein Logo wird zur visuellen Bildmarke und setzt sich als funkeln- de Erinnerung beim Betrachter fest.

Für die Kreativen sind nahezu keine Limits gesetzt. Im Trend liegen metallisierte Papiere, farbige Buchbinderkartons, aber auch ungestrichene Kraftpapiere, die mit natürlicher Schlichtheit bestechen.

Die exklusive Variante der printbag® ist die sogenannte Topline.

Diese edlen Tragetaschen aus Papier mit verstärktem Randumschlag, mit Bodenkarton und den vielfältigen Kordeln und Griffvarianten sind etwas Besonderes. Sie lassen sich so vielfältig wie keine andere Tragetasche inszenieren. So sind Glanz- und Mattplastifizierungen oder Schutzlacke ebenso möglich wie eine partielle UV-Lackierung. Mit der Relief- oder Heißfolienprägung werden besonders edle Effekte erzielt. Der Offsetdruck garantiert bei

Topline-Tragetaschen eine ganz besondere Qualität und die Flexibilität in den Formaten sorgt gleichzeitig für eine individuelle Verpackung.

Die Auswahl reicht von unterschiedlichsten Papieren und Kartons, bis hin zu durchgefärbtem Imagepapier. Diese Taschen tragen sprichwörtlich 100 Prozent Corporate Design zur Schau.

Immer beliebter wird auch die Kollektion mit den Klassikern aus Kraftpapier in Braun und Weiß.

Sechs Größen werden ab Lager bereits in kleinen Stückzahlen angeboten.

Aktuell gibt es zusätzlich 14 weitere Farben: Blau, Gelb Grün, Rot, Schwarz, Silber, Gold, Orange, Hellgrün, Pink, Hellblau, Olive, Purple und Ivory.

Als Griffausführungen stehen Flachhenkel (Topcraft®) und die gedrehte Kordel (Toptwist®) zur Auswahl. Diese neutralen Tüten eignen sich bestens zum nachträglichen Bedrucken. Dazu kommen trendige Designs auf Papier oder Folie, wie der zweifarbige handliche Shopper oder

der fröhliche Seventies-Look. Die gesamte Kollektion ist ganzjährig ab Lager und in kleinen Stückzahlen verfügbar.

Ergänzt wird die Kollektion um weihnachtliche Motive und Designs, aus Papier, Folie und in Topline-Qualität.

Für spezielle Transportaufgaben eignet sich die Take Away Serie.

Dank ihrer Bodenbreite von bis zu 22 Zentimetern ist sie leicht zu befüllen und eignet sich perfekt für Konditoreien, Feinkostgeschäfte, Fast-Food-Lokale, oder als Gartencenter-bag.

Weitere Spezialitäten sind Non-Wovenbags, Secarrerollen und Seitenfaltenbeutel.

VP bietet eben die ganze Bandbreite an – **Bags are what we do!**

Mehr Informationen?

Rufen Sie uns an
Call us for more information!
Hotline: +49 (0) 9852 901 100





The huge bag parade
The matching carrier bag for each occasion.

Bags prove to be true masters of transformation when it comes to changing color and style. Let VP, one of the leading carrier bag manufacturers, take you on a journey through the world of carrier bags.

This bag is known to everybody and it might even be the world's most famous advertising medium: the printbag®.

It is manufactured according to the customer's design and guarantees a strong brand performance. VP makes a simple logo or an appealing product picture look most effectively on your bag.

Printbags are the most popular carrier bags. Besides their practical advantage, they offer an excellent price-performance ratio when it comes to advertising impact. The scaled contact price per thousand lies between €3.50 and €4.50 – a very clear advantage compared to other advertising means.

One may choose among a large variety of sizes and paper

qualities. Up to eight color prints can be realized and an individual print production already pays off at a quantity of only 5.000 pieces.

If you want to add a special look to your printbag, grade up the surface with exclusive effects or noble embossings. A logo turns thus into a luminous mark, treasured as a glittering memory.

There are barely no limits for the creative mind. The very latest trends are metalized papers, tinted book binder boards, or uncoated kraft papers. They are especially convincing due to their natural simplicity!

The exclusive form of the printbag® is the so-called Topline.

These elegant carrier bags of paper with reinforced top

edges, cardboard bottom inserts, and numerous cords and handle variations really stand out. They can be varied in more ways than any other carrier bag. Shiny or matte lamination, varnishing, even UV varnishing. Hot foil stamping or embossing create especially luxurious effects. Offset printing guarantees a particularly high level of quality in the Topline bags. The flexibility in the format simultaneously allows for a unique package for each product. The choice of various papers and boards, through to tinted image papers. These bags can become corporate design to an absolute 100 percent.

The "collection", including the classical brown and white bags, made from kraft paper, continuously gaining in popularity.

Six sizes are available even in small numbers ex stock.

Currently we offer an additional 14 colours: blue, yellow green, red, black, silver, gold orange, light green, pink, light blue, olive, and ivory.

Handles are available as flat paper handle (Topcraft®) or as twisted paper cord (Toptwist®). The "collection" bags are perfectly suited for subsequent overprinting. Additionally more colour and more life come into play with fashionable designed bags made from paper or polythene. Either as bicolour handy shopper, or in a cheerful seventies look.

The "collection" is supplemented with various Christmas designs and colours in paper, plastic, or in Topline quality.

For special duty transports, the Take Away bag hits the spot.

Due to its wide bottom (up to 22 cm width) easily to fill, especially for bakeries, fancy food stores or Garden centers.

Further specialities are non-woven bags, counter rolls, and side gusseted bags.

VP proudly offers the entire spectrum – **Bags are what we do!**

twist® with turnover top

ny carrier bags / cake carrier bags

e paper carrier bags

ossible cartons

OS bags / Cash & Carry Bag

Gift wrapping paper / Counter rolls

el bag / counter bag

ags

ag

d bar

en bzw. Woven · "Bag for life" PE Woven / Non Woven

e · Duffelbags / Backpack bags

Der Trend geht ganz klar zu Papier!

Richtlinienentwurf der europäischen Union bringt Bewegung in den Markt.



Im November 2013 stellte der EU-Umweltkommissar Herr Potocnik den seit langem erwarteten Änderungsentwurf der EU-Verpackungsrichtlinie zur Reduzierung von leichtgewichtigen Kunststoff-Tragetaschen vor. Man versteht unter dem Begriff dieser leichtgewichtigen Taschen eine Wanddicke unter 50 my, welche am Point of Sale von Produkten und Gütern an die Konsumenten abgegeben werden.

Zur Reduzierung dieser genannten Taschen haben die EU Mitgliedsstaaten zwei Jahre Zeit, geeignete Maßnahmen zu treffen. Neben Marketingbeschränkungen, ökonomischen Instrumenten und nationalen

Reduzierungszielen kann jetzt auch ein Verbot ausgesprochen werden. Dies war bis jetzt nicht möglich.

Bisher handelt es sich noch um einen Vorschlag der EU-Kommission, welcher vom Ministerrat und dem EU-Parlament abegesenet werden muss.

Der klare Trend weg von der Folie und hin zum Papier ist jedoch schon länger erkennbar. Das ökologische Bewusstsein der Konsumenten hat sich hier innerhalb der letzten Jahre stark verändert. Es gilt nicht mehr nur als Chic, am Counter Papiertragetaschen auszugeben, es wird mittlerweile von vielen Konsumenten erwartet.

Zahlreiche Gespräche mit unseren nationalen und internationalen Ansprechpartnern haben uns diese Einschätzung bestätigt. Es ist mittlerweile kein Einzelfall mehr, dass Kunden den Erhalt einer Tasche verweigern, sofern es sich dabei um eine Folientasche handelt. Neben einem verminderten Einkaufserlebnis auf Kundenseite verliert auch der Point of Sale einen wichtigen Werbeträger auf den Straßen.

Zahlreiche bestehende Kundenkontenwirbeim Wechselerfolgreich beraten und zusätzlich auch neue Projekte gewinnen. Gerne stehen wir Ihnen mit unserer über 100-jährigen Erfahrung im Papierbereich zur Verfügung.

Paper has become a True Trendsetter!

Draft Directive of the European Union stirs the Market.

In November 2013, EU Environment Commissioner Mr. Potocnik presented the long awaited draft amendment of the European Packaging Directive as to the reduction of lightweight plastic carrier bags. Such lightweight bags have a wall-thickness below 50 microns and are provided to consumers at the point of sale of products and goods / merchandise.

In order to accomplish a reduction of these bags, EU member states are to take appropriate measures within the following two years. Besides marketing restrictions, economic instruments and national reduction aims, it is now also possible to impose an official ban. This has been no option so far.

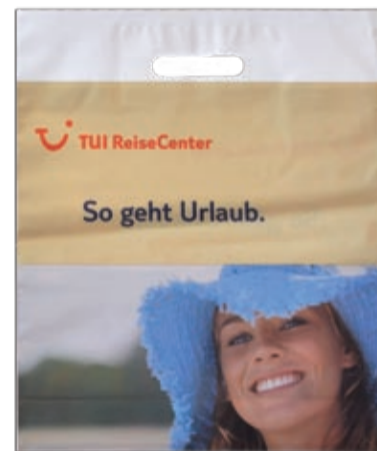
By now it is still but a suggestion by the EU Commission being subject to the blessing

of both the Council of Ministers and the EU Parliament.

However, the trend away from foil and towards paper has manifested itself for quite some time now. The ecological awareness of consumers has drastically changed within previous years. It is no longer just chic to hand out paper carrier bags at the counter. Today many consumers do expect it.

Numerous encounters with our national and international contact persons have confirmed this assumption. As a matter of fact, it is no longer an isolated incident that customers refuse plastic bags. This also means that the point of sale loses an important advertising medium on the streets as well as the consumer suffers from a diminished shopping experience.

We have been able to advise a substantial number of our clientele respectively and could gain new projects in addition. We feel pride and pleasure in putting our 100 years' experience in the paper business at your disposal.



Echt charakterstark!

Vor mehr als 100 Jahren sicherte sich die VP das Patent für Tragetaschen.



Qualität, Innovation und Nachhaltigkeit spielen eine tragende Rolle in der Unternehmensphilosophie des führenden Produzenten in Europa.

Wer meint eine Tüte sei eine Tüte, irrt gewaltig. Eine Tüte ist viel mehr, als „nur“ Tragetasche: mal ist sie witzig, mal verspielt, nicht selten ist sie große Kunst, doch immer zeigt sie einen unverwechselbaren Charakter. Das ist nicht erst heute so. Bereits die ersten von VP produzierten Tüten demonstrieren einen starken Charakter und laden zu einer echten Zeitreise ein.

Was im Jahre 1906 unter dem Namen „Handfrei“ erfunden wurde, ist aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Stets eine „Hand frei“ hat, wer mit einer Tüte seine Einkäufe erledigt.

Um die Jahrhundertwende war dies noch nicht so üblich wie heute. Mittlerweile muss eine moderne Tüte weit mehr können, als nur die Hand frei zu halten. Das Material muss den Anforderungen an Funktionalität und Tragkraft und der Aufdruck den strengen CI-Vorgaben der Kunden gerecht werden. Die VP bietet hier einen überdurchschnittlichen und kompetenten Service.



Mit der Erfahrung von mehr als 100 Jahren beraten wir Kunden in ganz Europa.

Wir verfügen über eine eigene Produktentwicklung und können auf Wunsch die unterschiedlichsten Muster anfertigen. Eine eigene Druckerei mit modernster Druckvorstufe sowie eine computergesteuerte Farbmischanlage, sorgen für optimale Voraussetzungen. Leistungsstarke Druckanlagen, mit bis zu acht Farben, in Linie mit vollautomatischen Konfektionsmaschinen sorgen für den notwendigen Output – Nonstop über drei Schichten!

Nachhaltigkeit spielt für uns eine tragende Rolle. Unsere Papiertragetaschen mit FSC-Siegel leisten einen sinnvollen Beitrag zur Bewirtschaftung, Erhaltung und Wiederherstellung von naturnahen Wäldern weltweit. Wasserbasierte Farben und Beschichtungen verringern Umweltbelastungen im Produktionsprozess auf ein Minimum. Darüber hinaus bieten wir flexible Logistik-Konzepte und verstehen uns als Full Service Anbieter.

VP – Bags are what we do.

Die Tüte – ein echter Sympathie-Träger

Analyse zur Werbewirksamkeit der Tüte

Wie oft ist es uns selbst schon passiert, – von der unbewussten Wahrnehmung mal ganz abgesehen – dass wir im größten Menschengemümel in der Fußgängerzone, am Bahnhof oder Flughafen eine vorbeischießende Tüte sichten, die uns regelrecht ins Auge springt.



Doch wie sieht es eigentlich aus mit der Werbewirksamkeit im schönen Media-Mix aus Print-Anzeigen, Plakaten und Online Ads?

Blickbewegungsmessung und Werbewirkungsanalyse

Dies kann mit einer Kombination von Aufmerksamkeits- und fundierter Werbewirkungsanalyse aufgezeigt werden.

Visuelle Reize im Blickfeld, Steuerung der Aufmerksamkeit, Wahrnehmung, Verarbeitung und die Wirkung auf die Testperson wurden analysiert.

Eines ist bei den Untersuchungen klar geworden: Die Tüte steht ganz oben in der Aufmerksamkeitsskala! Sie ist der sympathische und kostengünstige Werbeträger schlechthin.

Tüte als Werbeträger

Die Shopping-Tüte ist ein echter Aufmerksamkeits-Magnet, der aus dem allgemeinen Wer-

bedschungel heraussticht. Und das übrigens, ohne aufdringlich zu wirken.

Doch sie kann noch mehr. Als verkaufsförderndes Medium weckt sie die Lust zum Kaufen. Die Tüte ist ein durchaus angenehmer Werbeträger, der eigentlich gar nicht als solcher wahrgenommen wird. Sie überzeugt durch ihren praktischen Nutzen und ganz nebenbei sieht sie, bei entsprechender Gestaltung noch „umwerfend“ aus.

Alles in allem ist die Tüte also ein echter Sympathiemotor und Imageverstärker für die Marke schlechthin, denn eine schöne Tüte lässt Ihr Unternehmen in einem sympathischen Licht erstrahlen.

Blickbewegungsmessung: Die Shopping-Tüte ist ein echter Aufmerksamkeits-Magnet. Eye movement measurement: the shopping-bag is a true attention magnet.

The Bag – Everybody`s Darling Analysis of the bag`s advertising effectiveness

Aside from subconscious perception, how often have we found our eyes caught by a passing bag amongst crowds of people in the pedestrian zone, at the railroad station or at the airport?

But how is the bag`s advertising effectiveness actually doing within the wonderful media mix of print ads, billboards and on-line ads?

Eye Movement Measurement and Advertising Effectiveness Analysis

This can be demonstrated through an attention and well-

founded advertising effectiveness analysis.

Visual stimuli within the range of vision, attention control, perception, processing and impact on the test subject have been analyzed.

One thing has become clearly evident: the bag ranks top on the attention scale! It is the one popular and cost-efficient advertising medium per se.

The bag as advertising medium

The shopping-bag is a true attention magnet standing out of the mainstream advertising

jungle – without appearing pushy by the way.

Yet it is capable of even more: being a sales-promoting medium, it triggers desire for shopping. Actually, the bag is quite a pleasant advertising medium without being perceived as such. It convinces by its practical utility and en passant just looks awesome once being designed properly.

All in all, the bag is hence a real sympathy catalyst and image booster for the brand. For, a nice bag will make the brand literally shine.



True character!

VP secured the patent for carrier bags over 100 years ago.

Quality, innovation and sustainability play a strong role in the company philosophy of Europe`s leading producer.

Those who think all bags are the same are seriously mistaken. A bag is much more than "just" a bag: Sometimes bags can be comical, sometimes playful, often they are great works of art, but they always demonstrate an inimitable character. This is not a new phenomenon. Even the first bags VP ever produced still show true character and invite you to take a real journey through time.

Invented in 1906 and given the name "hand free", it would be hard to imagine life today without it. Those who shop with a bag always have a "hand free".

At the turn of the century, this wasn`t as common a convenience as it is today. These days, modern bags must do much more than keep a hand free. The material must meet demands regarding functionality and stability and the lettering must conform to customers` strict CI guidelines. VP provides superior, competent service in this area.

With over 100 years of experience, we advise customers throughout Europe.

We have our own product development team and can create all types of patterns and designs. Our own printing house featuring the latest pre-press technology and a computer-controlled colour mixing system are the ideal prerequisites for quality products. High-performance printing systems with up to eight colours in line with

fully automatic manufacturing machines deliver the necessary output – non-stop in three shifts!

Sustainability is extremely important to us. Our paper carrier bags featuring the FSC seal make a sensible contribution to cultivating, preserving and restoring natural forests around the world. Water-based colours and coatings minimize the environmental impact of the production process. We also offer flexible logistics concepts as a full-service provider.

VP – Bags are what we do.





VP – Ein starker Partner

In mehr als 70 Ländern sind VP Produkte zuhause.

VP ist für Sie da – in unserem Heimatmarkt Europa mit eigenen Niederlassungen und Partnern. Das Dach aller Aktivitäten bildet seit mehr als 100 Jahren die VP Group.

VP – A Strong Partner

VP products are at home in more than 70 countries.

VP is committed to you – in our home market Europe with branches and partners. For more than 100 years, all activities have been bundled under the roof of the VP Group.

Produktionsstandorte / Production Sites

- Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH, Feuchtwangen, Deutschland / Germany
- Indicator Systems B.V., Venlo, Niederlande / the Netherlands
- VP Polska Sp. z.o.o., Zagan, Polen / Poland
- VP Packaging Ltd. Kettering, Großbritannien / UK
- INTERSTER International, Niederlande / the Netherlands



VP Packaging Ltd. Kettering, Großbritannien / UK



Indicator Systems B.V., Venlo, Niederlande / the Netherlands



INTERSTER International, Niederlande / the Netherlands



VP Polska Sp. z.o.o., Zagan, Polen / Poland

Vertretungen / Agencies

- VP Representative Office, Shanghai, China
- VP International SARL, Monaco



Bags are what we do!

Mehr Informationen?

Rufen Sie uns an
Call us for more information!
 Hotline: +49 (0) 9852 901 100



Impressum

Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH

www.vp-group.de

Industriestrasse 6 · D91555 Feuchtwangen

Fon +49 (0) 9852 901-100 · Fax -102 · info@vp-group.de

BAGS MAGAZIN ist eine Image-Broschüre der VP und erscheint in den Sprachen Deutsch und Englisch. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung des Herausgebers. Bildnachweis: Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH; Bilder Seite 7 „Analyse zur Werbewirksamkeit der Tüte“: www.shutterstock.com
 Bags Magazin is a image brochure of VP and appears in German and in English. Reprinting, even in excerpts, is allowed only after receiving the publisher's written permission.
 Images: Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH; page 7 "Analysis of the bag's advertising effectiveness": www.shutterstock.com

Aquaprint®, Printbag®, Toptwist®, Topcraft® und VP sind eingetragene Marken und Eigentum der Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH.
 Aquaprint®, Printbag®, Toptwist®, Topcraft® and VP are registered trademarks and the property of Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH.

Die Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH (VP) ist ein in Europa führendes Unternehmen mit drei Geschäftsbereichen für Tragetaschen, Flexible Verpackungen und Medizinische Verpackungen mit Standorten in Europa und Asien.

Vereinigte Papierwarenfabriken GmbH (VP) is Europe's leading bag company with locations in Europe and Asia covering 3 areas of business: carrier bags, flexible packaging, and medical packaging.