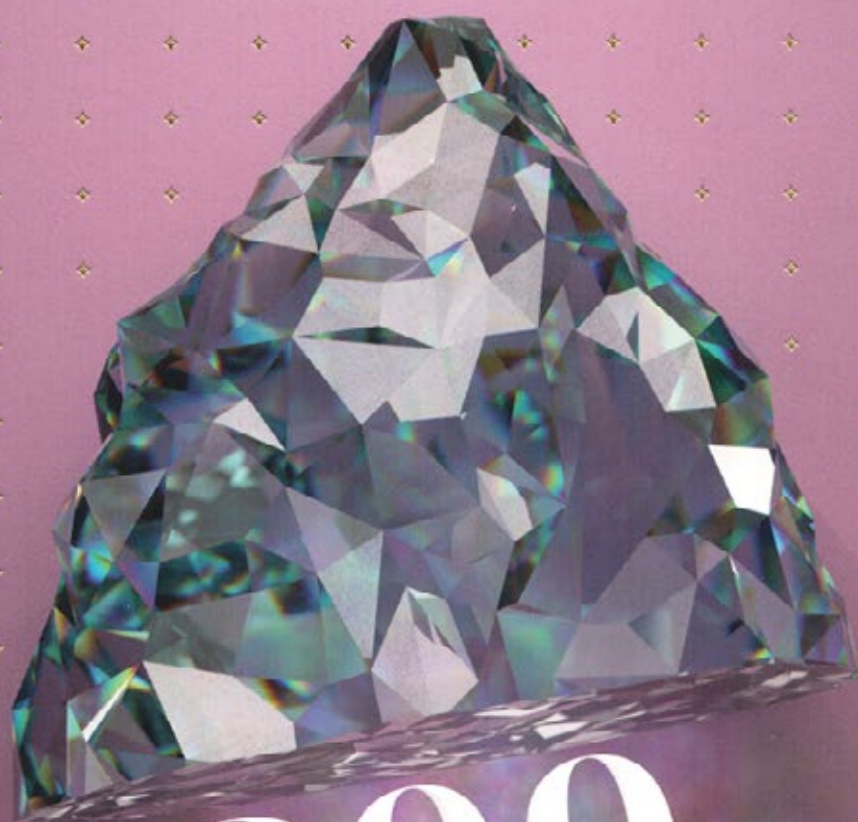


creativ verpacken

Packaging Design Marketing September 2022/6
200. Ausgabe
A 42311



200th
ISSUE



FRNKOW

Unterwäsche edel verpackt

Fudge Kitchen

Sustainable Packaging

Dom Ruinart 2010

Elegant und leicht umhüllt

Druck und Veredelung

Jubilee
Edition

Mühle-Glashütte und Koehler Paper:

Ressourcen schonen im Premiumbereich

Luxusprodukte leben von Partnerschaften. Koehler Paper hat 2021 ein hochwertiges Recyclingpapier für den Premiumbereich in den Markt eingeführt. Für Mühle-Glashütte entstanden aus diesem Material Konzepte für eine hochwertige Uhrenverpackung. – von Ute von Buch



Vier Uhren – vier Konzepte (von links im Uhrzeigersinn): Das Modell der Lehanka Kommunikationsagentur integriert unter anderem eine Kordel aus Fischernetzen. Audio Logo ermöglicht im Innendeckel ein leuchtendes Ziffernblatt auf Knopfdruck. Forteam integriert Wollfilz, um die Uhr sicher zu fixieren. Scholz & Friends verbirgt im Schubler mit dem runden Guckloch ein raffiniertes Innenleben.

Unabhängige Familienunternehmen stehen für Innovation und Tradition, Wertschöpfung und Qualität. Mühle-Glashütte, spezialisiert auf nautische Instrumente und Feinmechanik, kooperiert seit 2002 mit der Seenotrettung und hat vor 20 Jahren die ersten S.A.R.* Rescue Timer übergeben. Die langlebigen Zeitmesser verdienen eine entsprechende Verpackung. Da kam das Projekt mit dem Familienunternehmen Koehler Paper gerade richtig, eine nachhaltige Verpackung aus einem hundertprozentigen Recyclingpapier für den Luxusbereich zu entwickeln, das zudem den *Blauen Engel* trägt (siehe auch *creativ verpacken* 7/21, Seite 19). „Die Bedeutung dieses Projekts bezieht sich auf unsere Marke *Nautische Instrumente Mühle-Glashütte*. Wir als Hersteller hochwertiger Uhren haben auch eine Verantwortung mit Ressourcen behutsam umzugehen. Lieferkettenprobleme und ein Umdenken unsererseits haben den Impuls gegeben, uns mit unseren Partnern zu engagieren. Mit dem Ergebnis sind wir sehr zufrieden, da es zeigt, dass hochwertige Uhren auch mit hochwertigem Papier, welches auch noch recycelbar ist, zu verpacken sind“, erklärt Thilo Mühle, Inhaber und Geschäftsführer des Uhrenherstellers. Für ihn ist es eine gute Gelegenheit „mit dieser speziellen Verpackung ein neues Modell der S.A.R. Familie vorzustellen. Dies werden wir in der zweiten Septemberhälfte tun.“ Und der Unternehmer blickt bereits in die Zukunft: „Die Ausweitung auf all unsere Produkte war die Grundidee beim Start dieses Projektes.“ Er will sich bis Ende September 2022 für eine der vier Verpackungen entscheiden.


Für Koehler Paper stand im Vordergrund „eine bisher unvereinbare Paarung aufzubrechen – Premium-Produkte mit

dem Nachhaltigkeitsgedanken zu vereinbaren. Dazu kam, dass ein völlig neues Unboxing-Erlebnis gewünscht war. Die hochwertigen Recyclingpapiere von Koehler Paper sind für diesen Einsatz prädestiniert“, erläutert Alexander Stöckle, Corporate Director Marketing & Communications des Papierherstellers. Insgesamt waren vier Agenturen eingeladen, jeweils mit dem

Material von Koehler zu arbeiten: Audio Logo, Ummerstadt; Forteam, Köln; Lehanka Kommunikationsagentur, Fichtenu-Rörlein; Scholz & Friends, Hamburg. Bei Langebartels+Jürgens wurden die Entwürfe so weit wie möglich in Dummies umgesetzt, Geschäftsführer Martin Lemcke dazu: „Dieses Highlight-Projekt spiegelt genau das wider, was in den Fokus rückt: Sustainable Packaging-Konzepte für Luxusprodukte. Die Herausforderung lag vor allem darin, dem hochwertigen Timer nicht nur optisch eine wertige Verpackung zu geben, sondern auch die typischen Anforderungen, die an eine Verpackung für solche Produkte gestellt werden, zu berücksichtigen. Dazu gehört zum Beispiel eine angemessene Stoß- und Bruchsicherheit, die so eine Verpackung gewährleisten muss. Die beteiligten Agenturen brachten ein großes Maß an Erfahrung im Packagingbereich mit und wir konnten am Ende die Verpackungen sehr gut konstruieren, ohne kreative Elemente weglassen zu müssen.“

Und wie sahen die Agenturen das Projekt? Kai-Uwe Lehanka von der gleichnamigen Agentur: „Wir haben uns der Herausforderung gestellt, da die kommunizierten Visionen von Mühle-Glashütte und den anderen Partnern Hand in Hand mit unseren Werten gehen. Der Ansporn war, dass das Projekt psychisch belastete Kinder durch die Kindernothilfe unterstützt.“ Und zur Projektumsetzung: „Aus fachlicher Sicht wollten wir unbedingt komplett auf einen Materialmix verzichten, um Recycling zu ermöglichen. Besonders schwierig ist das bei der Arretierung der Uhr zu bewerkstelligen. Sie darf natürlich nicht verrutscht sein, wenn der Käufer den Schubler öffnet. Eine Papierhalterung gab es bei Luxusuhren bisher nicht. Die mussten wir *erfinden*.“ Für Caroline Zöller, eine der Geschäftsführerinnen von Forteam, war es eine reizvolle Aufgabe, eine nachhaltige Verpackung für ein Luxusprodukt zu gestalten: „Es gilt, das Packaging mit dem Produkt und seiner inhaltlichen Botschaft in ein sinniges Zusammenspiel mit den nachhaltigen Materialien zu bringen. Das karbonfreie Koehler Eco® Black passt mit seiner tiefschwarzen Färbung und edlen Haptik einfach gut zur hochwertigen Manufaktur-Uhr. In unserer Konzeptidee wird das Naturpapier durch ein zweites Material ergänzt. Die Uhr ist auf Filz gebettet. Wollfilz aus Schafwolle besticht hier nicht nur durch seine Nachhaltigkeit, sondern durch Widerstandsfähigkeit und Elastizität. Auf ihm ist die kostbare Uhr stoßsicher und kratzfest gelagert.“

Ein Blick auf die Uhrenverpackung bietet Audio Logo. Das Unternehmen hat sich auf die elektronische Printveredelung im Bereich Multisensorik spezialisiert. Etwas Besonderes zu kreieren, gehört, so Nick Wilcke, Designer bei Audio Logo, zum Alltag des Unternehmens. Die Inhouse-Produktion ermöglichte, Prototypen herzustellen, um Effekte und Machbarkeit sofort aufzeigen zu können. Bei der Verpackung für Mühle-Glashütte wurden besondere Effekte eingebaut: „Sobald man die Verpackung öffnet, findet man direkt etwas Ungewöhnliches. Das Ziffernblatt der Uhr ist als Stanzung im Deckel versenkt. Wird es per Knopfdruck aktiviert, wird man vom Leuchten dieser Stanzung überrascht. Außerdem wird der Name des Käufers, wie aus dem Nichts, zum Leuchten gebracht.“

Nun darf gespannt erwartet werden, welche der Verpackungen das Gesicht des neuen Modells des S.A.R.-Timers wird. 

Ocean Plastic – eine gute Idee, oder?

Die Bilder von Kunststoffinseln im Meer sowie Plakate von traurigen Schildkröten, die sich verfangen haben, haben die Öffentlichkeit aufgerüttelt. Die Idee, den Kunststoffmüll aus den Meeren heraus zu sammeln und am besten sinnvoll in Verpackungsprodukten einzusetzen, scheint zielführend. Doch ist das so? Ist Ocean Plastic tatsächlich ökologisch und gut? – von Carolina E. Schweig

Doch was ist *Ocean Plastic*? Wer den Begriff ehrlich verwendet, verweist auch darauf, dass es sich um *Ocean Bound Plastic* (OBP) handelt. Gesammelt wird also nicht nur im Meer, sondern auch in Flüssen und an Land, teilweise bis zu 50 Kilometer von der Küste entfernt. Es kommt also auf die Organisation und deren Zertifizierer an, ob wirklich *wilder* Kunststoff gesammelt wird, oder ob man sich aus einer Sammelstelle bedient.

Auch wenn der Kunststoff *offshore* gesammelt wird, gibt es Unterschiede bei seiner Bewertung: Ist der Kunststoffabfall Beifang beim Fischen? Oder wird aktiv nach Kunststoff gefischt und dabei die Tier- und Pflanzenwelt beeinträchtigt? Manche Organisationen nehmen ihren Sammlern alle gesammelten Abfälle ab. Andere zahlen nur nach ausgewählten Materialklassen mit der Folge, dass der Rest ins Meer zurückbefördert wird. Verantwortungsvolle Organisationen bemühen sich zudem um eine möglichst ortsnahe Aufarbeitung der Abfälle, um den Einfluss auf das Klima gering zu halten.

Auch wenn wir beim Begriff *Ocean Plastic* die weiten Meere vor Augen sehen, die Qualität der Kunststoffe, die auf hoher See gesammelt wurden, ist noch nicht überzeugend – hier können nur minimale Mengen genutzt werden. Ist es überhaupt sinnvoll, daraus Verpackungen machen zu wollen? Im Zweifel kann an Strand oder Flussmündungen Material gefunden werden, das besser verarbeitbar ist.

Einschlägigen Umweltorganisationen zufolge wandern etwa alle 20 Minuten etwa 400 Tonnen Kunststoff in die Meere. Es ist an der Zeit, sich sowohl um die Aufarbeitung als auch um das Verhindern zu kümmern, dass weiterhin solche Mengen in die Meere gelangen. 