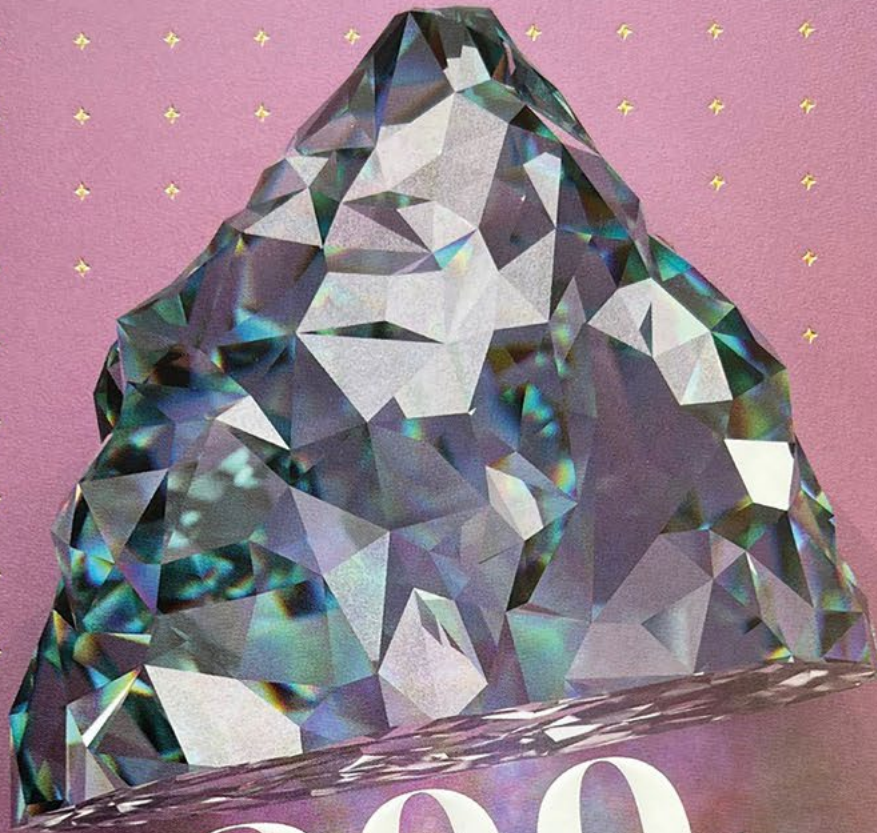
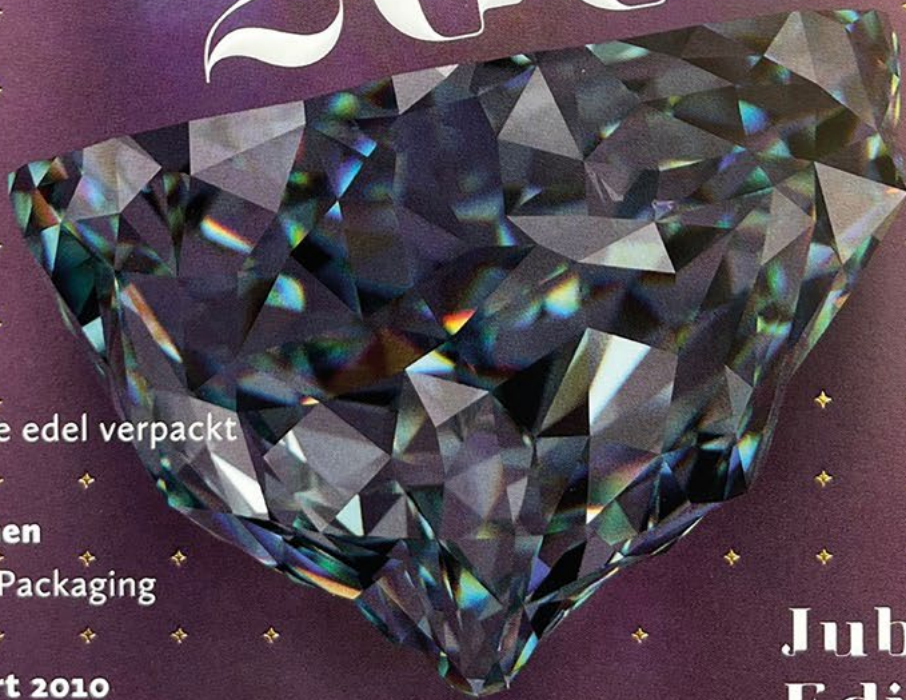


creativ verpacken

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



200th
ISSUE



FRNKOW

Unterwäsche edel verpackt

Fudge Kitchen

Sustainable Packaging

Dom Ruinart 2010

Elegant und leicht umhüllt

Druck und Veredelung

**Jubilee
Edition**

Dietrich v. Buch

Verleger



Inge v. Buch

Herausgeberin

Als Manufakteur im Luxusbereich unterwegs

Mit den Händen zu arbeiten hat goldenen Boden – so hieß es früher. Doch die Intellektualisierung der Gesellschaft führte dazu, dass immer mehr Menschen studierten und Schreibtischberufe ergriffen. So traten handwerkliche und damit verbundene Fertigkeiten in den Hintergrund oder gingen vielfach verloren. Dazu kam eine zunehmende Verlagerung von aufwendig herzustellenden Produkten in andere Länder, wo sie günstiger gefertigt wurden.

Die Erkenntnis, dass (alte) handwerkliche Fähigkeiten auch heute von Nutzen sind, haben Unternehmen der Haute Couture schon lange begriffen. Nicht von ungefähr hat beispielsweise Chanel beizeiten hoch spezialisierte Zulieferer für gehobene Modemarken aufgekauft, um zu verhindern, dass ihr Know-how unwiederbringlich verloren ging.

Nach langen Jahren des Wissensverlusts findet allmählich ein Umdenken statt. Die Globalisierung mag ihre Vorteile haben, doch das Unternehmen um die Ecke liefert zuverlässig, schnell und ist oft flexibel. Liefersicherheit und kurze Wege könnten hier die neuen Schlüsselwörter werden – neben Know-how, Qualität und Authentizität.

Bereits heute gibt es Unternehmen und Designagenturen, die sich gezielt Lieferanten und Spezialisten in ihrer Region suchen. Oftmals verstehen sich spezialisierte Verpackungshersteller als Manufakteure mit einem hohen spezifischen Können. Viele Schritte erfordern Kenntnisse und Geschick bei den Arbeiten, die oft per Hand ausgeführt werden. Und die Verpackungen strahlen Qualität und Kompetenz aus. Gerade bei Luxusprodukten legen die Hersteller darauf wert, dass die Verpackung so angegossen sitzt wie ein Kleid der Haute Couture: ein Wunderwerk aus hochwertigen Materialien, Details und Wirkung.

Dieser Qualitätsansatz ist allen Produkten zu wünschen, ebenso die Leidenschaft, mit der sie hergestellt werden.

Unsere 200. Ausgabe ist mit dem veredelten Umschlag, der die handverlesenen Inhalte umhüllt, wieder ein Meisterwerk geworden. Wie in jeder der bisherigen Ausgaben von *creativ verpacken* stecken hohes Engagement, Expertise und Freude an dem, was wir tun, auch in dieser Luxusausgabe.

Freuen Sie sich mit uns auf viele weitere, interessante Ausgaben von *creativ verpacken*.

Inhalt

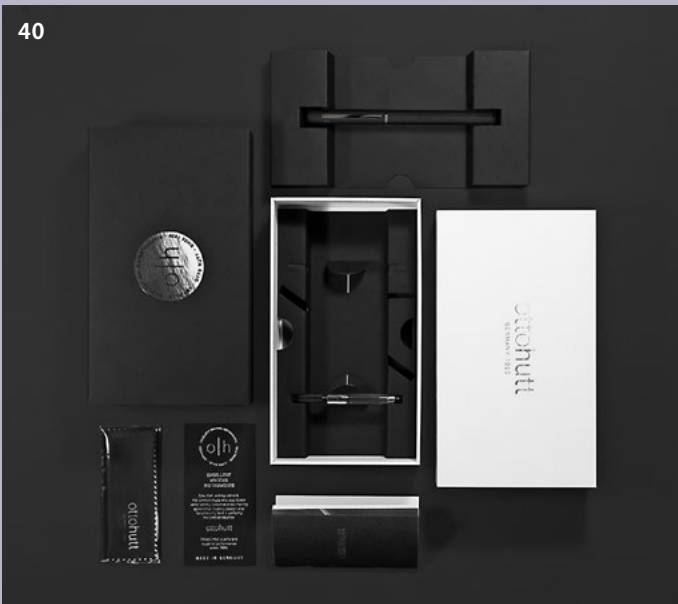
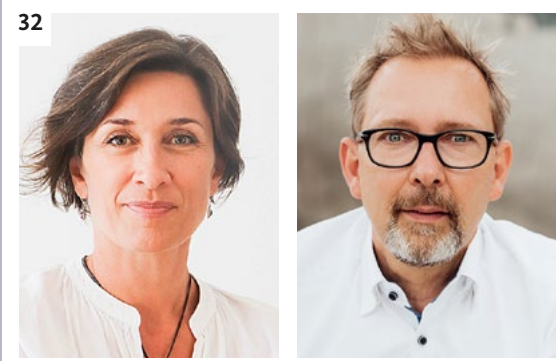
Schwerpunkt Druck & Veredlung

- 8 Gemeinsam nach vorne
- 9 Frnkow
Eine Philosophie
des Minimalismus
- 10 Darf es ein bisschen
mehr sein?
- 11 Luxe Pack Monaco
Markt der Vielfalt
- 12 Herzlichen Glückwunsch,
creativ verpacken!
- 14 Fudge Kitchen
Luxury gifting
with a conscience
- 15 Technik
Round Corner: Für ausser-
gewöhnliche Verpackungen

- 16 Paris Packaging Week 2022
Vereinte Verpackungswelt
- 18 Strahlender Komet
am Weihnachtshimmel
- 19 Nachhaltig und wertig
- 20 Packaging Premiere 2022
Hochwertiges als
Anziehungspunkt
- 22 Independent Paper Show 2022
Kreativpapiere zeigen,
was sie können
- 23 Verpackung macht
Asphalt erlebbar
- 24 Neue Materialien
- 26 Casa De Coca
Inka-Erbe für Duftverpackung

Markenführung

- 27 Recht
– Welche Kühe sind lila?
- 28 Aus dem Handel
– Metaverse – auch für den
Handel?
- 28 Nachhaltigkeit
– Welche Aufgabe hat
meine Verpackung?
- 29 Storytelling als
Verpackungsform
Ein Ticket für großes Kino
- 30 KWP
Ein Lieblingsplatz in den
Bergen



Portrait

- 32 Wilps Design
Duft Kosmetik-
verpackungen

**TopThema
Luxus als Begriff
von Wertigkeit**

- 34 Der Wunsch nach Luxus
- 35 Glanz und Gloria
- 36 L'Oréal Hotelgruppe
Gastfreundschaft und
erstklassige Gastronomie
- 38 Auf der Suche nach
neuen Codes

**39 Dom Ruinard
From cave to case**

- 40 Otto Hutt
Verpacken ist Handarbeit
- 41 Whisky mit Werten
- 42 Mühle-Glashütte
und Koehler Paper:
Ressourcen schonen
im Premiumbereich

Entdeckt

- 43 Nachgefragt
– Ocean Plastic – eine gute
Idee, oder?
- 48 Kleine Wahrheiten
Die CE-Kennzeichnung

Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt:
Alnoor, Lutz Herrmann,
Hugo Marques,
Izvorka Jurić, Helen Lazzari
- 51 Lesen & Nachschlagen
- 44 Börse Packungsdesign
- 49 Verpackungsservice
- 50 Vorschau
- 50 Impressum

41



Titel:

Der Veredelungsspezialist Leonhard Kurz feiert gemeinsam mit *creativ verpacken* die 200. Ausgabe – mit einem glamourösen Cover, das dem festlichen Anlass gerecht wird.

Das dreidimensionale Kristallobjekt liefert mit seinen vielen lichtbrechenden Flächen einen Hinweis auf den facettenreichen Heftinhalt. Der Kristall ist von 200 heißgeprägten Sternen umgeben, die ebenso wie die Outline-Kontur um den Schriftzug heißgeprägt wurden. Die Jubiläumszahl 200 sowie *Jubilee Edition* wurden mit einem Reliefschnitt blindgeprägt und symbolisieren so eine besonders hochwertige Veredelungslösung.

Beteiligte Unternehmen: Leonhard Kurz Stiftung: Transferprodukte für die Veredelung | H+M: Prägestempel der verschiedenen Veredelungen (Heiß- und Blindprägungen) | g.a.s. Unternehmenskommunikation: Gestaltung und Layout | Gräfe Druckveredelung: Produktion (Druck + Veredelung)



Foto: Gräfe/Leonhard Kurz



Metsä Board Prime FBB Bright ist ein vollgestrichener, gebleichter Karton mit weißer Rückseite. Seine hohe Weiße auf Vorder- und Rückseite macht ihn ideal für Spezialeffekte und erfüllt die hohen Anforderungen für Premiumprodukte. Zusätzlich besitzt die Kartonqualität ausgezeichnete sensorische Eigenschaften, durch die sie sich auch für die Verpackung von Lebensmitteln und Süßwaren wie Schokolade eignet. Für die aktuelle Ausgabe von *creativ verpacken* wurde ein Flächengewicht von 280 g/m² gewählt. – www.metsaboard.com