

creativ verpacken

Packaging
Design
Marketing

Dezember 2025/6
224. Ausgabe
A 42311



Tempo:
Modernisierung
als Versprechen

Father Carpenter:
Vom Café zur
Kaffeemarke

Eze Perfumes:
Duft für Freigeister

Markenauftritte



Inge v. Buch

Herausgeberin



Dietrich v. Buch

Verleger

Wenn das Dunkle dem Hellen weicht

Der November gehört zu den trüben Monaten. Gerade war noch Sommer mit flirrendem Licht, Wärme und langen Abenden – daran lassen uns (gefühlte) nasskalte Tage zurückdenken und träumen. An nebligen Tagen fühlt man sich unwillkürlich an den Woody Allen Film *Schatten und Nebel* erinnert ... Manchem mag die Flucht in die Sonne gelingen, doch die meisten von uns müssen, mit dem Vorlieb nehmen, wie es ist.

Doch eines wissen wir, das Trübe und gelegentlich Dunkle endet frühestens Ende November und spätestens Anfang Dezember, wenn die vielfältigen Lichter die Advents- und Weihnachtszeit einläuten und Wärme und Helligkeit bringen. Es ist Jahr für Jahr schon fast ein kleines Wunder, wie sich alle Menschen nach dem Licht sehnen, viele schmücken ihre Wohnungen, Häuser und Gärten so, dass sie hell erstrahlen.



Die Sehnsucht nach Licht, ohne das der Mensch nicht leben kann, prägt nicht nur die Advents- und Weihnachtszeit, die über den Jahreswechsel hinaus reicht, sondern auch alle Lebensformen. Manche haben die Erfahrung gemacht, wie es ist, in einer dunklen Wohnung zu leben. Viel kann heute mit künstlichem Licht erreicht werden, doch die Tageshelligkeit mit Sonne und Wärme gepaart ist nicht zu ersetzen.

Die Lichter der Advents- und Weihnachtszeit helfen, eine innere Leichtigkeit wiederzufinden – die Vorfreude auf einen Neuanfang, ein freudiges Ereignis zu nähren. Dazu muss niemand an den zahlreichen Aktivitäten dieser besonderen Zeit teilnehmen. Vielmehr können die hellen Lichter und die damit einher gehende Verzauberung einfach nur wahrgenommen werden.

Eine schöne Advents- und Weihnachtszeit,
ein frohes Weihnachtsfest und alles Gute für 2026
wünschen wir im Namen des gesamten *creativ verpacken* Teams.

Inhalt

Schwerpunkt Markenauftritte

- 8 Den Verbraucher erreichen
- 9 Weingut Kerschbaum:
Für einen Moment, der bleibt
- 10 Champagnerhaus Lallier:
Upcycling trifft
Haute Champagne
- 12 Amerika im Blick –
Biom: Wie eine Marke das
Putzen attraktiver macht
- 13 Luxusverpackungen:
Rückverfolgung
von Materialien

- 14 Luxe Pack Monaco:
Individualität im Fokus
- 15 Think Bold, Print Brilliant
Etiketten als Designstatement

16 Tempo: Überraschungseffekte am PoS

Markenführung

- 20 Aus dem Handel –
Digitalisierung mit Tradition
- 21 Recht – Europäisches
Verpackungsrecht – Neue
Spielregeln für die Branche

22 A Designer's Perspective Crafting a Coffee Brand

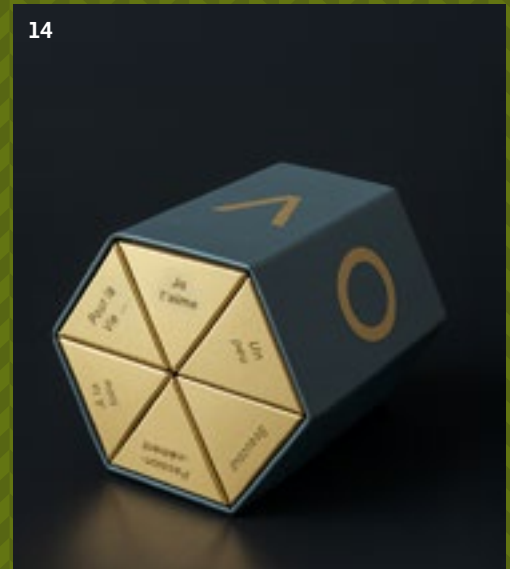
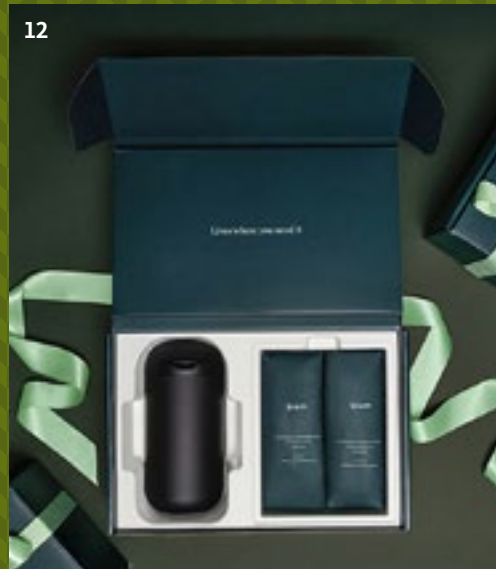
- 23 Im Internet vorgestellt

Portrait

- 24 Franziska Böttcher Studio
Klarheit in der Vielfalt

TopThema Kosmetiktrends

- 26 Kosmetik und ihre
Verpackungen für morgen



- 27 Vom Hype zum neuen Normal?
- 28 Cosmetic Business
Nachhaltigkeit in die Praxis umgesetzt
- 29 Nischendüfte:
Leidenschaften prägen Parfum
- 30 The Amauris Vienna:
Duft als emotionaler Markenbotschafter
- 31 L'Atelier du Savon:
Erweiterte Kompetenz
- 32 Eze Perfumes:
Designing for the Explorer,
the Free, the Fluid

- 33 Frau Tonis Berlin:
Chic und sicher versenden
- 34 Luxe Pack Monaco:
Hohes Know-how
im Kosmetikbereich

Entdeckt

- 36 Marke zum Anfassen:
Wie Verpackung Brand Impact erzeugt
- 36 Sternstunde für
Recyclingpapiere?

Standards

3 Editorial

- 6 *creativ verpacken* fragt:
Andrea Brandt, Denise Franke,
Daniel Graf, Anne Luneau,
Matthias Pach, Christian Weis

39 Lesen & Nachschlagen

18 Börse Packungsdesign

37 Verpackungsservice

38 Vorschau

38 Impressum

29



Titel:

Das durchgängige Marken-
design auf allen Produkten
lässt diese (nicht nur) bei be-
sonderen Anlässen strahlen.
Weihnachtseditionen in festli-
chem Glanz in passenden Tra-
getaschen und Verpackungen
oder mit Geschenkkarten als
Beigabe sind eine gute Mög-
lichkeit, Liebhaber der Marke
glücklich zu machen und neue
hinzuzugewinnen. Das Titel-
motiv hat Silvia Pohling entworfen.



www.silviapohling.de



Metsä Board Prime FBB Bright ist ein
vollgestrichener, gebleichter Karton
mit gestrichener Rückseite für Luxus-
verpackungen und Grafikanwendungen. Diese Top-Qualität
vereint hervorragende Helligkeit, Weiße und Steifigkeit. Mit
einem bläulich-weiße Farbton und einer hervorragende Be-
druckbarkeit unterstreicht die Qualität luxuriöse Designs und
Spezialeffekte. Hier in einer Grammatur von 235 Gramm/m²
www.metsagroup.com/metsaboard