

creativ *verpacken*

30
JAHRE

Packaging Design Marketing Juni 2026 / 3
227. Ausgabe



Kosmetik

Keralock:
Haarcoloration
neu verpackt

Imperial Leather:
Besinnt sich
auf Wurzeln

Verbraucher:
Was fasziniert sie?

Inge v. Buch

Herausgeberin



Dietrich v. Buch

Verleger

Original oder Fälschung?

Eine Fotoausstellung über Anne Winterer lockte ins Ruhrgebiet. Die 1894 in Konstanz geborene Fotografin betrieb ein Fotostudio in Düsseldorf. Sie fotografierte unter anderem Bergarbeiter vor der Anfahrt in den Schacht, dokumentierte Arbeiten am Hochofen sowie unterschiedliche Produktionsschritte. 60 Fotos aus den 1920er und 1930er Jahren zeigt das Museum St. Antony-Hütte in Oberhausen bis Ende Juni 2026. Ergänzt werden diese durch Aufnahmen aus dem Alltag, zum Beispiel Kirmesbilder. Winterer gelang es nicht nur, die einzelnen Schritte der Stahlproduktion zu dokumentieren, sondern auch den Kumpels, die sie fotografierte, ein Lächeln ins Gesicht zu zaubern.

Ein besonders bemerkenswertes Foto ist ein Kinderportrait am Frühstückstisch, dessen Kanne man mit KI von einer angeschnittenen zu einer vollständigen Kanne gewandelt hat und das stolz in der Bildunterschrift formulierte – ohne das Original daneben zu hängen. Diese

Veränderung einer Aufnahme in einer Ausstellung, die aus Originalfotos besteht, ist machbar, aber ein Stilbruch – zumal, wenn das Original nicht daneben hängt und die Betrachter sich kein Bild davon machen können: Die Erfahrung zeigt, dass ein mit KI-verändertes Foto die Kraft seiner Aussage verlieren kann – und das bereits bei der Veränderung vermeintlicher Kleinigkeiten.

Mittlerweile wird KI vielseitig genutzt. Es wird immer wichtiger, verantwortungsvoll damit umzugehen. KI ist kein Spielzeug, mit dem vermeintlich *humorige* Veränderungen oder Ideen generiert werden, sondern ein Werkzeug, das der Nutzer inhaltlich kontrollieren muss. Wenn diese Verantwortung übernommen wird, kann Gutes daraus entstehen. Alles andere bleibt Spielerei – mit einem Beigeschmack von Fälschung.

Also: Eine Ausstellung mit Fake? Immerhin haben die Kuratoren ehrlich kommuniziert. Das Beispiel zeigt jedoch, wie schnell es geht, unglaublich zu erscheinen.

Inhalt

Schwerpunkt

- 8 Persönlichkeit, Haltung und Lebensgefühl
- 9 Terres d'Afrique: Homage to the Wisdom and Beauty of Africa
- 10 Keralock: Verpackung brillant gedruckt**
- 12 Naturkosmetik: Zum Wohle der Menschen
- 16 Paradox: A Sensory Dialogue Between Nature and Form

17 The Art of Staying Wanted

18 Bubble Society: Richness without Excess

19 Blick nach Großbritannien – Imperial Leather: Zurück zu den Wurzeln

19 Nachhaltigkeit – Kennzeichnungspflicht bei (Kosmetik)-Verpackungen: Woraus besteht Ihre Verpackung?

20 Neue Materialien

24 Handel – Der neue Weg von Kosmetik und Co. in die Zielgruppe?

24 Vorteil Monomaterial

Markenführung

25 Recht – EU-Verpackungsverordnung: Komplex erklärt, konform verpackt

26 Frauen 50+, die unterschätzte Power-Zielgruppe – Die Ära der Sichtbarkeit

28 creativ verpacken 30: Titel mal ganz anders



Portrait

- 30 FRANK LOEWER DESIGN SOLUTIONS
Das Denken sollte man nicht auslagern

TopThema

Was fasziniert die Verbraucher?

- 32 Wie kann zum Kauf motiviert werden?
33 Viba Sweets:
Emotionen im Fokus
34 Verpackung darf sich nicht über den Inhalt stellen:
Genuss im Fokus
35 Packaging with provenance

Standards

- 3 Editorial
6 *creativ verpacken* fragt:
Manfred Fischer, Michael Heintschel, Heiko Höhn, Thomas Kampmann, Tine Knies, Damian Selzer, Paul Valentiner
39 Lesen & Nachschlagen
22 Börse Packungsdesign
37 Verpackungsservice
38 Vorschau
38 Impressum

35



17



Titel:

Eleganz trifft auf Verpackung: Was könnte dieses Thema besser beleuchten als ein Toiletentisch, dessen Spiegel das Bild einer schönen Frau zeigt? Die unterschiedlichen Kosmetikprodukte vor ihr unterstützen das Beauty-Ritual in seiner Vielfalt. Das Titelmotiv hat Silvia Pohling entworfen. www.silviapohling.de



Illus: AdobeStock/Ansty art, Gluiki



Koehler Eco® Paper ist ein hochwertiges Recyclingpapier mit markantem Naturpapier-Charakter. Es wird vollständig aus Sekundärfasern gefertigt und ist mit dem Umweltzeichen *Blauer Engel* zertifiziert. Durch seine klaren, natürlichen Farben und die angenehme Haptik erzielt es hervorragende Ergebnisse im Offsetdruck und eignet sich für anspruchsvolle Gestaltungen sowie hochwertige Veredelungen. In der aktuellen Ausgabe von *creativ verpacken* kam der Farbton Dust – ein dezenter, warmer Farbton – mit einem Flächengewicht von 270 g/m² zum Einsatz.