



# Schöner, besser, intelligenter

Fünf Preise gehen beim internationalen 11. Pro Carton / ECMA Award nach Deutschland: Verpackungen aus Karton werden immer »intelligenter«

## WETTBEWERB

Bevor man morgens aus dem Haus geht, hat man nach Kaffeekochen, Frühstück, Zähneputzen, Rasieren beziehungsweise Schminken und Parfümauflegen mindestens fünf Verpackungen in der Hand gehabt. Verpackungen sind es, die durch intelligente Effekte, ansprechendes Design oder praktische Zusatznutzen vor allem im Supermarkt zum Kauf inspirieren. Wie oft passiert es, dass auf dem Einkaufszettel Mehl, Reis und Zucker stehen, aber an der Supermarktkasse dann noch Nudeln, Salz, Süßigkeiten oder Tee im Einkaufswagen liegen. Dass die Produktverpackung eine entscheidende Rolle bei der Kaufentscheidung spielt – und Konsumenten auch ausdrücklich wünschen, von Verpackungen verführt zu werden – belegen mehrfache Studienergebnisse.

Um den hohen Ansprüchen der Verbraucher gerecht zu werden, denken sich in der Verpackungsindustrie Kartonhersteller, Faltschachtelhersteller, Produktmanager, Designer und zuliefernde Unternehmen immer neue, faszinierende Möglichkeiten aus, um das Alltägliche zum Besonderen und das Besondere noch packender zu machen.

Was herauskommen kann, wenn alle an der Herstellung einer Produktverpackung Beteiligten zusammenarbeiten um den Botschafter eines Produktes im Regal noch beeindruckender zu machen, demonstrieren anschaulich jetzt in Portugal gekürte Verpackungen des 11. internationalen Verpackungswettbewerbes von Pro Carton und ECMA. Die Interessengemeinschaft der Karton- und Faltschachtelhersteller Pro Carton und ECMA (European Carton Makers Association) zeichneten die intelligentesten, kreativsten und technisch überzeugendsten Verpackungslösungen in zehn Kategorien aus.

Erstmals verlieh die Jury dabei auch einen Preis in der Kategorie Sustainability (Nachhaltigkeit). Die Jury hatte festgestellt, dass sich die Hersteller in diesem Jahr in den Begründungen zahlreicher Einsendungen intensiver als in der Vergangenheit mit Umweltaspekten auseinandersetzen. Mit der neuen Kategorie bringen die Veranstalter zum Ausdruck, dass Umweltbewusstsein an Brisanz und Aktualität gewonnen hat und diesem Aspekt auch im Mar-

keting wachsende Bedeutung zukommt. Nicht zuletzt wünschen sich Verbraucher zunehmend, dass die Produkte, die sie kaufen, und auch ihre Verpackungen natürlich und umweltverträglich sind, wie die Ergebnisse einiger Studien beweisen.

## Höchste Auszeichnungen gingen an deutsche Hersteller

Welch hohe Standards die Karton- und Faltschachtelbranche hierzulande setzt, zeigt das diesjährige Wettbewerbsergebnis: Deutsche Hersteller gewannen in fünf der insgesamt zehn Wettbewerbskategorien.

Der Titel »Carton of the year 2007« ging an die Verpackung für Pralinen

**Für die diesjährige Gewinnerverpackung verwendeten die Hersteller Karton von Stora Enso. Das Design stammt von Aug. Heinrigs Druck und Verpackung, die grafische Gestaltung von der Confiserie Coppeneur et Compagnon.**

der Confiserie Coppeneur vom Faltschachtelhersteller Aug. Heinrigs Druck und Verpackung. Schon als scheinbar klassische Pralinschachtel gefällt diese innovative Verpackung – und überrascht dann beim Öffnen dadurch, dass sich der Deckel beim Aufschieben zur Seite faltet und die Verpackung in einen exklusiven kleinen Präsentationstisch verwandelt. Eine elegante Anspielung auf die Tablett, auf denen bei einer traditionellen japanischen Teezeremonie kleine Kuchen und Süßigkeiten gereicht werden. Das aufmerksamkeitsstarke Spiel mit Formen und Assoziationen macht den Genuss stimmungsvoll und zu etwas Besonderem. Die zugleich emotionale und funktionale Verpackung geht in jeder Hinsicht auf die Zielgruppe ein. Auch die Verpackungsproduktion und konfektionierung korrespondieren mit dem Anspruch des Produktes und unter-





**Clevere Mechanik:** Wenn der obere Teil der Verpackung abgenommen wird, faltet sich die Verpackung von selbst auseinander, so dass man das Eis leicht und bequem einfüllen kann. Eine vergleichbaren Verpackungen überlegene Lösung, befand die Jury.



Eine exklusive Hundeleine mit hochwertiger Ledertasche: ein ebenso praktisches wie edles Accessoire für Hundefreunde, das seiner Funktionalität entsprechend hochwertig vom Hammer Faltschachtelwerk verpackt und von Flexi-Bogdahn International gestaltet wurde.

streichen ihn durch eine hochwertige Mattlack-Oberfläche (2-Farben Offsetdruck) und pastellfarbene Bänderchen. Die verpackten Confitüre-Produkte sind in reiner Handarbeit gefertigt. Auch die Verpackung ist von Hand zu konfektionieren, was dem Premiumcharakter der so verpackten Ware gerecht wird.

### Most innovative design

Mit dem Sonderpreis »Most innovative design« prämierte die Jury eine Verpackung, bei der ein ganz neues Druckverfahren eingesetzt wurde. Noa Perle heißt das Eau de Parfum, für das der Hersteller die Faltschachtel konzipierte. Und sowohl die Flaconform als auch der Schlüsselbegriff Perle sind auf der Verpackung präsent. Eine hologrammartige Rundform erzeugt den Eindruck, dass eine Kugel oder Perle in der Verpackung schwebt und durch den



Hersteller und Form-Designer der Verpackung ist Edelmann, das Design übernahm Patrick Veillet. Den Karton lieferte Mead Westvaco. Die Edelmann Group produzierte die Verpackung für L'Oreal.



**Ein Meisterwerk der Buchkunst?** Geht es ums Lesen? Nein, es geht um Erlesenes: Aufmerksamkeitsstark ist hier eine Auswahl feiner Schokoladentafelchen verpackt. 12 Sorten sind jede in einer eigens gestalteten Faltschachtel verpackt. Die Buchform vermittelt subtil und stilvoll, dass hier Geschmacks-Bildung geboten wird. Die Cocoa Book Collection wurde von Box Marche aus Karton von Stora Enso produziert.

Karton hindurch schimmert. Dieses neuartige Verfahren setzt die mystisch-magische Markenbotschaft in eine optische Illusion um. Möglich macht das die Verbindung von verschiedenen Druck- und Veredelungstechniken: Hologramm-Folie in Kombination mit 4-Farbdruck. Dies ist eine Verpackung, die besonders anziehend wirkt und die Verwendung von Noa Perle mit einer Aura von Südsee-Zauber umschmeichelt. Die Verpackung ist aber nicht nur markenstrategisch, sondern auch produktionstechnisch funktional und lässt sich automatisch aufrichten und befüllen. Der Flakon ist in der Verpackung durch einen Mechanismus aus Karton-Elementen arretiert, so dass sie festen Halt hat.

### Emotionales und funktionales Plus

Gewinner in der Kategorie Getränke ist die Veuve Clicquot Tricky Box, produziert von Cartographica Pusterla aus Karton von Iggesund. Schon einmal war eine Faltschachtel für Veuve Clicquot, die sich in einen Champagnerkühler verwandeln lässt, mit einem Pro Carton / ECMA Award bedacht worden. Auch die Weiterentwicklung des Faltschachtelkonzeptes erhielt wieder einen Preis, denn sie hebt die Idee auf ein neues Niveau.

Geschlossen teilt die Verpackung den Konsumenten durch die grafische Gestaltung und hochwertige Verarbeitung den Wert des Inhalts mit. Der verlässliche (durch eine besondere Beschichtung ist der Kartondeckel absolut wasserdicht) Zweitnutzen sorgt für einen überzeugenden Mehrwert. Trotz markenstarker POS-Präsenz ist die geschlossene Verpackung dank ihrer traditionellen Form im Handel leicht stapelbar und gut zu platzieren.

### Für den Markt produziert

Um den Titel der faszinierendsten Faltschachtel konnten sich Faltschachtelhersteller und Kartonproduzenten, Markenartikler, Verpackungs- und Grafik-Designer bewerben. Also die Unternehmen, die maßgeblich am Gelingen einer Verpackung beteiligt sind. Hierbei geht es nicht um speziell für den Wettbe-



Die ebenso dekorative wie praktische einteilige Kartonverpackung für die Sugar Sticks von Südzucker ersetzt eine dreiteilige Verpackung aus anderen Materialien. Sie hat einen versiegelten und wiederverschließbaren Deckel, der keine weiteren Labels oder sonstige Elemente benötigt. Umweltverträglichkeit, Recyclingfähigkeit und die Herstellung aus erneuerbaren Rohstoffen sind Konsumenten bei der Auswahl von Produktverpackungen besonders wichtig. Aber nicht nur Verbraucher- und Umweltsprüche erfüllt die Verpackung von Edelmann – auch der Produktionsprozess hat sich durch die Umstellung auf die Faltschachtel verbessert, da sie vollautomatisch aufgerichtet und befüllt werden kann. Zudem sind die Kosten für Lagerung und Transport mit der Umstellung auf die Faltschachtel gesunken.

werb kreierte Einzelstücke – die eingereichten Faltschachteln mussten in den Jahren 2005, 2006 oder 2007 für den Markt entwickelt und produziert worden sein. Für den Wettbewerb 2007 reichten über 120 Hersteller, darunter rund ein Drittel deutsche Unternehmen, ihre Beispiele ein.

➤ [www.procarton.de](http://www.procarton.de)

