Fachmagazin für Verpackungstechnik | Design | Intralogistik

Nr. 14 | 5. Dezember 2018

PACK aktuell

35 JAHRE pack aktuell

Luxus setzt auf Personalisierung

Moët Hennessy (Suisse) SA, Distributionsdienstleister von (Luxus-)Weinen und Spirituosen, präsentiert zum Jahresende 2018 eine Reihe exklusiver Produkte mit inspirierenden Designideen.

(Alle Bilder: Moët Hennessy)

Flaschendekoraktion mit Sehenswürdigkeiten Frankreichs.

Champagner mit Hommage an französische Lebenskunst

Das Champagnerhaus Moët & Chandon präsentiert zum Jahresende ein neues Flaschendesign in limitierter Auflage – eine Hommage an das französische Art-de-Vivre. Das elegante, symbolträchtige Layout dieser Limited-Edition-Bottle nimmt Champagnerliebhaber mit auf eine Reise durch die Geschichte und Traditionen der Maison Moët & Chandon und enthüllt die Geheimnisse der wahren französischen Lebenskunst, ganz im Zeichen erstklassiger Gastlichkeit und rauschender Feste. Die Flaschendekoration zeigt ausgewählte Sehenswürdigkeiten Frankreichs und Symbole, die eine besondere Bedeutung für Moët & Chandon haben. Die limitierte Auflage gibt es in den Cuvées Impérial sowie Rosé Impérial bei Globus.

Farbtube als Verpackungskonzept

Neu im Sortiment bei Moët & Chandon ist auch die Geschenkpackung «Gouache» lanciert. Das Verpackungskonezpt mit Anmutung einer Farbtube ist in den Varianten Gelb und Rosa erhältlich, zum Beispiel bei Coop.

Geschenkpackung «Gouache».

Arrow-Design mit Schweizer Destinationen

Champagner der Marke Veuve Cliquot wird in alle Welt exportiert. So entstand die Idee der Arrow-Geschenkpackungen, die auf die verschiedenen Zielländer verweisen. Die Arrow-Geschenkpackungen gibt es dieses Jahr mit den Zielen Schweiz, Zürich und Genf bei Globus.

Ziel Zürich im Verpackungsdesign.

Cover mit Winter-Muster.

Die Arrow-Geschenkpackungen sind dieses Jahr auch in einer winterlichen Version verfügbar. Ihre Designs erinnern an die kalte Jahreszeit, an die entsprechende Kleidung und an legendäre Skiorte wie St. Moritz, Zermatt, Gstaad oder Verbier.

Wodka mit LED-Botschaft

Das klassische Design der Belvedere-Magnumflasche lässt sich nun personalisieren – und ist so das ideale Geschenk für jeden Anlass. Der Schriftzug wird in die Flasche gelasert und durch ein eingebautes LED-Licht leuchtet die frei auswählbare Nachricht in der Dunkelheit. Das Sammlerstück «Bespoke» ist in der Schweiz online erhältlich. Die neue E-Commerce-Webseite von Moët Hennessy Schweiz www.belvederebespoke.ch wurde im Oktober lanciert. (www.moet-hennessy.ch)

Michaela Geiger

Personalisierte Botschaft als Laser-Schriftzug.

Sechs Mini-Moëts in der Partybox

Komplex, raffiniert, überraschend: So lieben Jury-Experten bei Awards Verpackungskonzepte. Van Genechten Packaging sorgte jetzt mit dem 6er-Mini-Moët-Paket beim European Carton Excellence Award für Aha-Effekte und gewann die höchste Auszeichnung «Carton of the Year 2018».

Sieger beim European Carton Excellence Award: Die Moët-6-Mini-Moët-Verpackung.

Wie setzt man die Brand-Botschaft – «Geniessen Sie das Leben und teilen Sie angenehme Momente mit Freunden» – als Verpackungsdesigner immer wieder neu in Szene? Den Verpackungsentwicklern von Van Genechtend Packaging Angoulème ist dies jetzt mit der Moët-6-Mini-Moët-Verpackung so überzeugend gelungen, dass Jurymitglieder des European Carton Excellence Award gar Kommentare wie «spektakulär», «mutig» und «raffiniert» äusserten. Der Weg zum «Carton of the Year 2018» war dann nur noch ein kleiner Schritt.

Komplex aufgebaut ist die Kartonkonstruktion, die präsentiert wurde. Sie enthält sechs Mini-Flaschen Moët Imperial und sechs goldene Mini-Champagnergläser. Die Markenverpackung hält die Flaschen perfekt positioniert und geschützt. Das Inlay lässt sich einfach herausnehmen und die Verpackung einfach in einen Eiskübel umwandeln: Einfach Eiswürfel hinzufügen, die Mini Moëts hineinstellen und fertig ist die Partybox!

Die Antwort der Designer auf das Briefing des Markenunternehmens und Auftraggebers Moët & Chandon führte zu einer konischen Konstruktion mit einer flachen, unzerbrechlichen Oberseite. Ein Kunststoffgriff ist integriert, um die Partybox tragen zu können. Die Verpackung enthält einen leicht zu entfernenden Einsatz mit zwei Griffen, die die Flaschen und Rillen halten. Das Golddesign ist präzise mit dem weissen Hintergrund abgestimmt und wird selektiv mit Glanz- und Mattlacken unterstrichen. Dabei bleibt die Farbgebung harmonisch und dezent.

Komplexität überzeugt

Die Jury entschied einstimmig für die höchste Auszeichnung und kommentierte: «Es war wie das Öffnen einer Schatzkiste. Die Produktpräsentation und die Art, wie der Einsatz strukturiert ist, wirkten einfach spektakulär!» Die Experten überzeugte auch die Konstruktion des inneren Kartons, um mehrere kleine Flaschen Champagner und ihre jeweiligen Trinkgefässe aufzunehmen. Die Komplexität von Konstruktion und Gestaltung war letztlich das Argument, das zum Sieg führte.

Die Verpackung wurde von Van Genechtend Packaging Angoulème entwickelt und hergestellt. Der schwedische Papier- und Wellpappekonzern Billerud-Korsnäs lieferte das Kartonmaterial (White 290). Das Material kombiniert eine extreme Formbarkeit mit hervorragender Druckoberfläche. Damit gilt das BillerudKorsnäs White als sehr gut geeignet für Premium-Verpackungen, bei denen Design, Form, Grafik und Nachhaltigkeit zusammenwirken, um eine grösstmögliche Wirkung am POS zu erzielen. Das vielseitige Material ist auf der Oberseite vollständig beschichtet und auf der Rückseite leicht beschichtet. Es besteht aus 100 Prozent Primärfasern.
(www.van genechten.com ; www.billerudkorsnas.com www.moet-hennessy.ch)

Michaela Geiger

Das Golddesign ist präzise mit dem weissen Hintergrund abgestimmt und wird mit Glanz- und Mattlacken unterstrichen.

Das Inlay lässt sich einfach herausnehmen und die Verpackung einfach in einen Eiskübel umwandeln.

Die konische Konstruktion hat eine flache, unzerbrechliche Oberseite. Ein Kunststoffgriff zum Tragen ist integriert.

(Bilder: Pro Carton / Billerudkorsnäs)