



Alles Clean: Verpackung eines Megatrends

Reine Haut und reines Gewissen

Die Nachfrage nach cleanen, verantwortungsvollen und nachhaltig verpackten Produkten hat die Kosmetikbranche im letzten Jahrzehnt stark beeinflusst. Bei der Entscheidung für den Kauf von Clean Cosmetic-Produkten spielen neben den Inhaltsstoffen vor allem auch die faire Produktion und eine nachhaltige Verpackung eine elementare Rolle.

Es sind, da sind sich Branchenkenner sicher, wohl vor allem die Millennials, die das Umdenken in der Kosmetik- aber auch der Haushaltspflege-Branche hervorgerufen haben. Denn dadurch, dass sie über die Sozialen Medien ihre Erfahrungen teilen und direkten Kontakt zu ihren Lieblingsmarken aufnehmen können, bekommt Kritik an Produkten, Herstellungsprozess oder Verpackung mehr Aufmerksamkeit. Ist ein Konsument nicht zufrieden oder fordert er mehr Engagement eines Herstellers, findet er viel schneller als früher Unterstützer - und zwar weltweit. Marken, die sich noch nicht mit ihrer eigenen Nach-

haltigkeit und Ethik beschäftigt haben, werden immer häufiger hinterfragt und verlieren Marktanteile an neue, innovative Hersteller, die die Bedürfnisse der Konsumenten bedienen.

Entspricht Produktphilosophie

So wie die junge deutsche Kosmetikmarke „No - no make up“, die bei der Drogeriekette dm vertrieben wird. Der Hersteller, die deutsche Kroll Cosmetics GmbH aus Dormagen, spricht Käufer/innen an, die sich mit „gutem Gewissen“ pflegen möchten. Darum sind alle Produkte nicht nur vegan und frei von Tierversuchen, sondern auch so verpackt, dass das Recycling so einfach wie möglich ist. „Wir reduzieren uns bei der Verpackung für unsere „No“-Linie auf ein Minimum und haben uns bewusst für eine Faltschachtel entschieden, die sowohl im Design wie auch beim Material auf unnötigen Schnickschnack verzichtet. Das würde nicht zu uns passen. Mit Karl Knauer haben wir einen deutschen Verpackungsspezialisten ins Boot geholt, der unsere Anforderungen an eine nachhaltige Verpackung voll erfüllt hat“, erklärt Andreas J. Kroll, Geschäftsführer der Kroll Cosmetics GmbH.

In enger Zusammenarbeit mit den Marketingverantwortlichen von „No“ wurde vom Karl Knauer-Team in Biberach eine Verpackung entwickelt, die genau zu der Produktphilosophie passt. Das Design der Faltschachteln ist jung, frisch und reduziert, Material und Veredelung sind nachhaltig und vollständig



Das Design der Faltschachteln ist jung, frisch und reduziert. Material und Veredelung sind nachhaltig und vollständig recyclebar.

recyclebar. Damit repräsentiert die Verpackung die Philosophie, die hinter der Clean Cosmetic-Linie steckt, sowohl optisch wie haptisch perfekt. „Es ist nicht nur, aber vor allem auch für Kunden aus der Kosmetikbranche zunehmend wichtig, die Marke so zu inszenieren, dass sie zum einen hochwertig, aber trotzdem natürlich und nachhaltig wahrgenommen wird. Diesen Spagat zwischen natürlichem Look und modernem, funktionalen Design hinzubekommen, ist nicht immer ganz einfach. „Noø“ ist dies – wie wir finden – exzellent gelungen“, findet Bernd Wussler, Key Account Manager bei Karl Knauer, der das Projekt maßgeblich betreut hat.

Die Kernkompetenzen der Karl Knauer-Gruppe sind Verpackungen und Werbemittel sowie Präsentverpackungen aus Karton, Wellpappe und Papier. Mit zwei Standorten in Deutschland (Biberach) und Polen (Pniewy) zählt das Unternehmen im Bereich Packaging zu den führenden Anbietern. Die Kunden aus der Markenartikel- und Dienstleistungsbranche in ganz Europa profitieren von der vielfältigen Kompetenz und beeindruckend großen Fertigungstiefen. Für acht Branchen-Kompetenzfelder bietet Karl Knauer spezialisierte Programme mit State-of-the-art-Verpackungstechnologien: Kosmetik/Pflege, Pharma/Gesundheit, Umwelt/Natur, Food/Agrar, Bier/Getränke, Home/Industrie, Blisterkarten sowie den Maschinenbau. Darüber hinaus wird mit Hochdruck an Innovationen für die Packaginganforderungen der Zukunft geforscht. Sei es in den Bereichen Smart Packaging, Convenience, Produktsicherheit, Fälschungssicherheit, Veredelungstechnologien oder Effizienz und Nachhaltigkeit.

Internet: karlknauer.de

packREPORT 6/2019 Themen und Termine

packREPORT
verpackungswirtschaft.de



TOPIC: Kaffee/Tee/Tiefkühlkost

- Flexible Verpackungen
- Design / Marketing
- Verpackungsveredelung
- Verpackungsdruck
- Deckelfolie
- Faltschachteln
- E-Commerce
- Verpackungsmaschinen
- Qualitätsversicherung
- Endverpacken / Palettieren

Anzeigenschluss:
Erscheinungstermin:

29. Mai 2019
19. Juni 2019

Ihre Gesprächspartner:

Heidrun Dangl • Telefon +49 69 7595-2563 • heidrun.dangl@dfv.de
Carmen Boussaa • Telefon +49 69 7595-2564 • carmen.boussaa@dfv.de
Simon Fahr • Telefon +49 8362 5054990 • info@verlagsbuero-fahr.de