

Öko-Design im High-End

Immer mehr Plastik in den Meeren, Flüssen und Seen – und sogar auf heimischen Äckern. Angesichts solcher Hiobsbotschaften achten Verbraucher beim Einkauf heute mehr denn je auf ökologische Aspekte. Das betrifft sowohl die Produkte selbst als auch ihre Verpackungen. Neben Preis und Qualität bewerten Käufer und hier vor allem junge Menschen Unternehmen und ihre Produkte auch unter ethischen Gesichtspunkten, wie aus einer [Utopia-Studie](#) von 2017 zum nachhaltigen Konsum deutlich wird. Der Verpackung kommt hierbei eine besonders wichtige Rolle zu, denn sie ist es, die nach dem Konsum übrig bleibt. Deshalb, so eine Studie von [Pro Carton](#), fordern viele Verbraucher natürliche und wiederverwertbare Verpackungsmaterialien auf Papierbasis wie Karton oder Wellpappe – die gelten als umweltverträglich.

Diese positive Wahrnehmung können verpackende Unternehmen für sich nutzen, um eine Synergie mit ihren Produkten herzustellen. Doch dazu sollte beides gut aufeinander abgestimmt sein. „Nur weil Wellpappe ein nachhaltiges Image hat, hält der Verbraucher nicht automatisch auch das verpackte Produkt für nachhaltig“, so Peter Désilets, Vorstand der [Designagentur Pacoon](#) aus München. Um die gewünschte Image-Harmonie zu erzielen, müssen Designer einige Aspekte beachten: „Die verschiedenen Gestaltungsmerkmale von Produkt und Verpackung müssen zueinander passen. Oberflächen-Haptik, Form und Farbe müssen miteinander harmonisieren. Erst dann ist die Botschaft ‚Ich bin nachhaltig‘ auch wirklich glaubhaft.“

Positionierung: ökologisch und hochwertig

Ein Beispiel für gelungenes Ökodesign sind die Entwicklungen der Firma [Organic Distillery](#) aus Friedrichshafen am Bodensee. Der kleine Betrieb stellt Destillate und Essenzen aus Früchten, Pflanzenteilen und Kräutern in Bioqualität her. Christine Brugger, Geschäftsführerin und Sensorik-Wissenschaftlerin, betont die lange Biotradition des Familienbetriebs und den schonenden Umgang mit den natürlichen Ressourcen – der Kreislaufgedanke ist tragend bei Brugger's. Was liegt da näher, als ein Verpackungskonzept, das auf Wellpappe basiert.

Ein Wellpappenhersteller hat für das Unternehmen Sekundär- und Versandverpackungen entwickelt, die die ökologisch orientierte Produktphilosophie ebenso widerspiegeln wie die sensorische Hochwertigkeit des Inhalts. Die Sekundärverpackung aus extrem dünner Wellpappe (F-Welle) ist unbedruckt. Hersteller-Logo, grafische Elemente und Produktinformationen finden sich auf einer nach dem Verpacken angebrachten, haptisch weichen und geprägten Banderole. Durch die konische Form erzielten die Verpackungsentwickler maximalen

Produktschutz. Passend zur natürlichen Herstellung der Produkte werden die Pflanzenmotive auf die Versandverpackungen gedruckt, was ihnen eine sehr ansprechende Ästhetik verleiht. Dabei hatte Christine Brugger Wellpappe nicht als erste Wahl für die Verpackung ihrer Produkte im Sinn. „Wir haben uns aber schnell davon überzeugen lassen, dass sie hervorragend zu unseren naturverbundenen Artikeln und unserer Philosophie passt.“

Einladung zur Wiederverwendung

Aus der Kosmetikbranche kommt das Start-up [Coscoon](#), das Zutaten für hochwertige Kosmetik zum Selbermachen anbietet. Mit dem Verpackungskonzept soll der Markenkern „pur, edel und nachhaltig“ transportiert werden. Dazu wurde eine Sekundärverpackung aus Wellpappe gewählt. Eine edel bedruckte Banderole setzt Zeichen für Wertigkeit, Natürlichkeit und Nachhaltigkeit des Produkts. Außerdem beweist das Unternehmen ökologische Weitsicht, indem es zum Wiederverwenden der Verpackung einlädt. Coscoon schlägt vor, die Box nach dem Auspacken als praktischen Aufbewahrungsort für Haargummis oder andere kleinteilige Utensilien zu nutzen. Aus der Umverpackung lassen sich aber auch schöne Geschenkhänger oder Postkarten herstellen. Coscoon meint dazu ganz authentisch: „Upcycling rockt!“

Wellpappenverpackungen halten, was sie versprechen. Das gilt auch für die Abo-Boxen des Onlinehändlers [Stadt Land blüht!](#), der Bio-Saatgut vertreibt. Ökologische Gärtner bekommen in der „Grünen Box“ alles, was ihr Herz begehrt: Samen für Gemüse, Kräuter oder essbare Blüten. Für den Versand verwendet das Unternehmen eine grüne Wellpappenverpackung, übersät mit filigranen Zeichnungen verschiedener Gemüse und Kräuter. Das Unternehmen setzt voll und ganz auf Nachhaltigkeit. „Wir wollen mehr Grün in den Städten und dafür sorgen, dass unsere Kinder sehen können, wie das wächst und was sie essen“, so Florian Petrich, Erfinder der Grünen Box. „Was wir tun, soll so verträglich wie möglich für die Umwelt sein. Das gilt für unsere Produkte ebenso wie für unsere Verpackungen.“

Bildmaterial dazu finden Sie [hier](#).