

Ein Muss für Hersteller von Luxusprodukten

Luxe Pack | Kosmetik, Parfümerie, Weine und Spirituosen, Delikatessen, Schmuck sind die Stars auf der Luxe Pack in Monaco, die vom 20. bis 22. Oktober 2010 stattfand. Die Schau ist für Hersteller von Verpackungen für Luxus-Produkte zu einer „must-do“ Veranstaltung geworden und hat ihren Status als Luxusmesse für den Austausch zwischen der Luxus- und Verpackungsindustrie bestätigt.

Trotz des schon fast traditionellen Herbststreiks wurde lediglich ein dreiprozentiger Rückgang bei den Besuchern registriert. Insgesamt fanden 5.726 Besucher – davon rund die Hälfte aus dem Ausland – den Weg in das Grimaldi-Forum, das in seiner Eigenschaft als monegasisches Kongresszentrum seit Jahren den richtigen Rahmen zur Präsentation exklusiver Premium- bzw. Geschenkverpackungen bietet. Die Interessenten waren aus rund 80 verschiedenen Ländern nach Monte Carlo gereist und begutachteten das Angebot der aus 27 Staaten stammenden ca. 320 Aussteller, deren Zahl gegenüber dem Vorjahr um drei Prozent zugenommen hatte und die

gleichfalls die große Internationalität der Veranstaltung dokumentierten.

Sie verteilten sich auf fünf, thematisch weitgehend getrennte Ausstellungszonen innerhalb der auf mehreren Ebenen verschachtelten Architektur, die eine eher intime Atmosphäre schafft und den nüchternen Charakter herkömmlicher Messehallen erst gar nicht aufkommen lässt. Neben 160 einheimischen Firmen stellten italienische und deutsche Unternehmen mit 41 respektive 35 Vertretern die stärksten Ländergruppen. 14 Aussteller waren dem asiatischen Raum zuzuordnen, namentlich China, Taiwan, Südkorea und Japan. Auch sieben US-amerikanische Anbieter waren an die Côte

d'Azur gekommen; gleichwohl ihnen wie auch den asiatischen Firmen die ebenfalls in jährlichem Turnus stattfindenden Schwesterveranstaltungen in New York und Schanghai als Plattform zur Verfügung stehen.

Zahlreiche Stammaussteller

Viele namhafte Unternehmen der Luxusverpackungsbranche sind Stammaussteller auf der relativ kleinen, aber feinen Fachschau. Zur „Familie“ zählen zum Beispiel die deutschen Glashersteller Gerresheimer und Heinz Glas sowie die Crème de la crème der französischen Flakon-Produzenten. Außerdem sind traditionsgemäß große skandinavische Papier- und Kartonlieferanten vertreten; in diesem Jahr Iggesund, Korsnäs, M-Real und StoraEnso. Unter den Faltschachtelanbietern befanden sich wiederum solch renommierte Veredler wie CD Carton-Druck, Edelmann und die zur Autajon-Gruppe gehörende Firma Landerer. Weitere treue deutsche Luxe Pack-Teilnehmer sind u. a. der Folienspezialist Kurz, die Klocke-Gruppe, Rissmann sowie die Kartonagenhersteller Bühler und Dahlinger.

Rund 40 Unternehmen nahmen erstmals an der Messe teil; zum Beispiel die Pago Etikettiersysteme GmbH, Aichtal. Andere deutsche Debütanten waren die in Bielefeld beheimatete Euscher GmbH & Co. KG mit einem Sortiment an Verschlusselementen für Pumpzerstäuber, Kappen etc., die in Bechhofen ansässige Rusi Cosmetic & Co. KG mit einer Auswahl von Kunststoff- und Metallverpackungen für Lippenstifte, Eyeliner und artverwandte Produkte sowie die Velox GmbH, Hamburg, die als Rohstofflieferant u.a. Thermoplaste für die Kosmetikindustrie anbietet.

Die Erstaussteller zeigten sich von der hohen Qualität der Besucher positiv überrascht, welche deren leicht zurückgegangene Zahl mehr als wettmachte. All-



Eine Gemeinschaftsproduktion des Glasherstellers SGD, Rexam Personal Care als Pumpzerstäuber-Lieferant, des finnischen Kartonproduzenten M-Real sowie der Firmen Strand Cosmetics Europe, Mane, Extreme Paris, VPI und Wauters B'Pack ist das Dreier-Set „Elle, Moi, Lui“.

gemein sehen nicht wenige Firmen in der Luxe Pack eine so ideale Präsentationsplattform, dass für einige Unternehmen sogar die Teilnahme an der Pariser Emballage im französischen Messegeschehen nicht mehr oberste Priorität hat.

Breites Ausstellungsspektrum

Wie gewohnt, bildeten die Exponate das gesamte Spektrum der relativ krisenresistenten Branche ab. Das Angebot reichte von kunstvoll kreierten Flakons sowie hochwertigen Faltschachteln, Coffrets, Tragetaschen und sonstigen aus Papier und Karton gefertigten Erzeugnissen über Kunststofftuben, Metall Dosen und Behältnissen aus Holz bis hin zu Rohstoffen und Zubehör bzw. Hilfsmitteln verschiedenster Art.

Über die Neuheiten informierte im Überblick das „Innovation Forum“. Hier bekam das interessierte Fachpublikum bereits einen umfassenden Eindruck von der Ideenvielfalt der Verpackungsdesigner und den fortschrittlichen technischen Umsetzungsmöglichkeiten der Verarbeiter. Materialübergreifend demonstrierte die Sonderschau anspruchsvolle und zum Teil sehr pfiffige Premium- und Geschenkverpackungslösungen. Die Raffinessen der insgesamt etwa 40 als neu apostrophierten Exponate wurden in Einzelvorträgen von Firmenvertretern ausführlich beschrieben.

Leitthema Nachhaltigkeit

Weitaus mehr als die Hälfte der Innovationen – nämlich 28 – waren mit dem

Prädikat „Luxe Pack in Green“ versehen und unterstrichen damit das Leitthema Umweltfreundlichkeit, das die Messe erneut entscheidend prägte. Den diesjährigen „Luxe Pack In Green“-Award erhielt die französische Firma Promens, Oyonnax, für die Entwicklung des ökologischen Airless Dispensing-Systems Ecolution.

Die durch drei Patente rechtlich geschützten und just zur Messe im Markt eingeführten Spender sind zu 100 Prozent aus Polyolefin gefertigt und daher vollständig recycelbar. Darüber hinaus wurden alle Komponenten des lediglich aus vier Teilen bestehenden, insbesondere für die Kosmetikindustrie konzipierten Systems gewichtsoptimiert.

Neben dem Nachhaltigkeitsgedanken beschäftigte sich das Luxe Pack-Rahmenprogramm in einer Vielzahl von Vorträgen auch mit verschiedenen anderen aktuellen Aspekten rund um Premiumverpackungen. So wurde zum Beispiel der wachsende chinesische Markt analysiert oder die Verantwortlichkeit der Hersteller hochwertiger Produkte unter ethischen Gesichtspunkten erörtert. Ferner fand der „Trend Observer“-Workshop eine große Resonanz.

Die nächste Luxe Pack Monaco wird vom 19. bis zum 21. Oktober 2011 stattfinden. Zuvor werden Schwesterveranstaltungen in Schanghai am 29. und 30. März 2011 und in New York am 18. und 19. Mai 2011 ausgerichtet. ■

Bernd Neumann

1 Der Kippenheimer Feinkartonagen-Spezialist Bühler kreierte jüngst eine attraktive Schiebeschachtel für die Herrenserie „Elixir“ von Azzaro. (Fotos: Kimberly Wittlieb)

2 Der von CD Cartondruck mit über 7.000 Faltschachteln und Kartons innen und außen verzierte, absolut fahrtüchtige Smart Fortwo war ein echter Blickfang.

3 Sangeskünstlerin Christina Aguilera und ihr Vertriebspartner Procter & Gamble bieten das seit Anfang Oktober 2010 erhältliche Duftwasser „Royal Desire“ in Flakons von Gerresheimer an.

4 Aktuell im Weihnachtsgeschäft angeboten: der von Yves Saint Laurent komponierte Duft „Belle d’Opium“ in violetter Erscheinungsbild. Der auffällige Flakon wird von Heinz Glas produziert, wobei der keramische Golddruck in Form eines Ringes durch Maskentechnik abgedeckt und dann lackiert wird. Die aufwändige Faltschachtel mit folienkaschiertem Silber und einer blindgeprägten Federstruktur stammt von Edelmann.

5 Deluxe-Geschenksets verschiedener Größe für das Parfum „Flowerbomb“ von Viktor & Rolf hat die amerikanische Firma Knoll Prestige Packaging entwickelt. Die aus Styrol gefertigten und mit im Tiefdruck veredelten Papier umhüllten Koffer sind mit magnetischen Verschlüssen ausgestattet und innen schwarz-samtig ausgekleidet.

6 Dank der Overmoulding-Technologie von Dupont kann ein dekoratives Element in ein aus Surlyn gefertigtes Behältnis eingebracht werden. Auf die Weise wird ein dreidimensionaler Tiefeneffekt erzeugt.



1



2



3



4



5



6