



Foto: Calidris 28

*Besticht durch Reduktion:  
das Design für »Schwarze Dose 28«  
und »Weisse Dose 28«.*

**D**iese Entwicklung ist eng verbunden mit der Suche nach dem Echten, Ursprünglichen und der Rückbesinnung auf das Wesentliche. So steht Nachhaltigkeit anscheinend im Gegensatz zu Luxus, der sich durch den Kauf und Genuss von Produkten über das Notwendige hinaus definiert und traditionell mit Hedonismus und Opulenz assoziiert wird.

Ein Blick auf erfolgreiche Verpackungen im Luxussegment zeigt jedoch, dass dieser Gegensatz auf unterschiedlichen Wegen aufgelöst wird und gerade durch die Kombination von Luxus mit Codes wie Natürlichkeit, Authentizität und Reduktion eine Spannung entsteht, die Verpackungen ein ganz eigenes ästhetisches Profil verleihen. Eine semiotische Analyse kann hierbei aufzeigen, wie sich die Entwicklung von Trends in Verpackungen wiederfinden und die ästhetische Wahrnehmung von Konsumenten beeinflussen.

Semiotik untersucht die Bedeutung von Zeichen in einer Kultur. Im Marketing kann man mit Hilfe der Semiotik beispielsweise die gestalterischen Codes von Verpackungen wie Farben, Typographien, Layout oder Materialien analysieren, um die damit verbundenen bewusst und unbewusst wahrgenommenen Botschaften aufzudecken.

### Erfolg durch Reduktion

Die Kosmetikmarke Sisley ist ein gutes Beispiel dafür, wie das Informationsbedürfnis nach detailliertem Wissen über Produkteigenschaften und deren Nutzen in der Packungsgestaltung umgesetzt wurde: auf schlichtem weißen Hintergrund dominiert die Beschreibung des Produkts und signa-

Aus der Marktforschung

# Premiumverpackungen vereinbaren Gegensätze

von Antje Weißenborn

Das Thema Nachhaltigkeit ist heute omnipräsent. Konsumenten hinterfragen zunehmend und kritischer die Qualität, Reinheit und Natürlichkeit von Produkten. Hersteller kommunizieren verstärkt über die Gewinnung und Art von Inhaltsstoffen sowie über umweltschonende Produktionsverfahren.



Foto: La Prairie Group

das innovative Drei-Phasen-System des Gesichtstonics wird durch die Dreifarbigkeit der Flüssigkeit in einer durchsichtigen Flasche optisch in den Fokus gesetzt. Neben höchster Qualität und Natürlichkeit wird somit auch eine Besinnung auf das Wesentliche, das Produkt, vermittelt.

Das Design der »Schwarzen Dose 28« von Calidris 28, Berlin, einem neuen Energie-Drink auf Basis der Açaí-Beere, besticht dagegen vor allem durch absolute Reduktion.


Auch wenn jeder Trend Gegentrends produziert und opulente oder verspielte Verpackungen im Luxussegment ebenfalls häufig

*»Advanced Marine Biology Tonic«  
von La Prairie kommuniziert Besinnung  
auf das Wesentliche.*

liert dadurch Expertise und Wissenschaftlichkeit, ebenso wie Nachvollziehbarkeit und Transparenz.

Auch ein streng puristisches Design kann dem Kunden Natürlichkeit und Authentizität auf kreative und hochwertige Art kommunizieren: eine sehr klare oder geometrische Formensprache und transparente Materialien mit minimaler Beschriftung lassen die Verpackung optisch fast verschwinden und geben den Blick auf die Inszenierung des Produkts frei.

So kommunizieren die Produkte der »Advanced Marine Biology«-Linie von La Prairie, Volketswil/Schweiz, ihre durch Aquakultur gewonnenen Wirkstoffe mit einer reduzierten transparenten Verpackung:

zu finden sind, sieht man doch, wie reduzierte Verpackungs-codes von Luxusmarken vermehrt vom Mass Market übernommen werden und sich in zahlreichen Produktbereichen wiederfinden. 

**Antje Weißenborn**  
H,T,P, Concept, Berlin

