

Karl Knauer KG bringt Visionäre mit Ihrer Verpackungs idee ins Ziel

Veröffentlicht am: 28.09.2020, 11:02

Pressemitteilung von: **Bamberg kommunikation GmbH // Susanne Schöneck**

Dschungel-Verpackung gewinnt Deutschen Verpackungspreis in Gold 2020

// ASAHEGO gewinnt in der Kategorie "Gestaltung und Veredelung"

// Jury würdigt außergewöhnlich emotionales Unboxing-Erlebnis

// Produkt und Verpackung zu 100 % aus nachwachsenden Rohstoffen

Biberach, - 28. September 2020. - Ungewöhnlich schöne Verpackungen transportieren nicht nur das Produkt im Inneren, sondern sie verzaubern und entführen uns in eine andere Welt. Im Fall von ASAHEGO nimmt sie uns mit in den Dschungel von Neuguinea und erzählt eine unglaubliche und wahre Geschichte über die Entdeckung eines fast vergessenen und nur mündlich überlieferten, magischen Schönheitsrezepts. Auf emotional berührende Weise spiegelt sich diese Geschichte in der Diorama-Präsentationsbox von ASAHEGO wider. Einer High-End-Kosmetik, die exklusiv von The Creammaker in limitierter Form hergestellt wird.

Das mehrstufige Unboxing-Erlebnis, das Story-Telling "aus der Tiefe des Dschungels" sowie die emotionale Produktinszenierung, die von Antje Urbe (The Creammaker) und Joachim Maatz (Maatz Design) kreiert wurden, haben die Jury überzeugt und zum Sieg in der Kategorie Gestaltung und Veredelung geführt.

Damit kann sich Karl Knauer als dritter kreativer Partner im Team erneut über eine Ehrung des internationalen, branchen- und materialübergreifenden Leistungswettbewerbs - dem Deutschen Verpackungspreis - freuen, der unter der Schirmherrschaft des Bundesministers für Wirtschaft und Energie, Peter Altmaier, steht.

Magisches Dschungelfeeling.

Perfekt inszeniert und hautnah erlebbar:

Sabine Kuegler, Mitbegründerin von The Creammaker, auch bekannt als das "Dschungelkind", wuchs bei dem, bis dahin, unentdeckten Stamm der Fayu in West Papua auf. Sie nutzt für ihre Kosmetik Kindheitserfahrungen von mündlich überliefertem Wissen der Ureinwohner und übersetzt sie in moderne High-End-Kosmetik. ASAHEGO besteht zu 100 Prozent aus pflanzlichen Wirkstoffen und soll zu einer signifikanten Hautverjüngung beitragen. Um den Ursprung und die Philosophie hinter ASAHEGO in Szene zu setzen, wurde eine aufwändige Diorama-Box geschaffen und in Zusammenarbeit mit den Experten von Karl Knauer zur Serienreife gebracht.

Das Unboxing, also die Reise in die Tiefen des Dschungels, beginnt mit dem Öffnen der versiegelten Banderole. Der Produktname "ASAHEGO" auf ihr ist filigran gelasert und lässt das Produkt dahinter zunächst nur erahnen. Nach dem Lösen der Banderole wird der Blick auf die Diorama-Präsentationsbox frei. Hinter einem Pflanzenvorhang, der mit insgesamt vier Tiefenebenen realisiert wurde, ruht der Bambustiegel, in dem sich die handgerührte Creme befindet. Das aufwändig gearbeitete Gefäß wird, wie der beigelegte Holzspatel, sicher mit einer beidseitig bedruckten Kreuzeinlage gehalten. Diese Einlage aus Karton erhöht die Tiefenwirkung zusätzlich und dient zur Stabilisierung der Verpackung. Gleichzeitig bildet sie den Trägerrahmen, mit dem der Tiegel aus der Box gehoben werden kann. Darunter liegt die ebenfalls liebevoll gestaltete und veredelte Infobroschüre. In ihr wird die ungewöhnliche Geschichte der Entdeckung ASAHEGOS aus dem Dschungel erzählt.

100 % Natur - auch bei der Verpackung

Sowie ASAHEGO zu 100 % aus Pflanzen besteht, so besteht auch die Präsentationsbox zu 100% aus nachwachsendem, recyclebarem Papier und Karton. Die hochwertigen ungestrichenen Kartonmaterialien machen die Naturkosmetik optisch und haptisch erlebbar. Auch wenn sie dafür viel zu schade ist: Die Box ist komplett recycelbar und entspricht so dem Anspruch von The Creammaker, im Luxussegment eine gleichsam exklusive wie umweltbewusste Marke zu etablieren. "Wir freuen uns, dass die Jury das Verpackungskonzept als Ganzes gewürdigt hat und auf die besondere emotionale Wirkung eingegangen ist, die vor allem beim Unboxing entsteht. Diese Emotionen unterstreichen die zentrale Rolle von Verpackungen - auch und besonders bei der Einführung neuer Marken und Produkte", erklärt Martin Glatz, Leiter Verkauf, Marketing, Forschung und Entwicklung und Mitglied der Geschäftsleitung der Karl Knauer KG.

Bildunterschrift: Belohnt mit dem Deutschen Verpackungspreis in Gold 2020:

Die Verpackung der ASAHEGO-Gesichtscreme nimmt Käufer mit auf eine emotionale Entdeckungsreise
Bild: ? Karl Knauer KG

Pressekontakt

Frau Susanne Schöneck
PR-Beauftragte

Bamberg kommunikation GmbH

Lise-Meitner-Str. 6
74074 Heilbronn, Deutschland

Telefon: 07131/7247214
E-Mail: s.schoeneck@agentur-bamberg.de
Website: <https://www.agentur-bamberg.de>

Firmenportrait

Mit mehr als 25 Jahren Markenerfahrung beraten und begleiten wir Ihre erfolgreiche Markenpositionierung. Von der strategischen Markenentwicklung bis zur nachhaltigen Markenführung. Von Corporate Design über Werbung bis Public Relations. Klassisch und online. Mit einem Team von 14 exzellenten Mitarbeiter/innen.

Wichtiger Hinweis:

Für diese Pressemitteilung sowie das Bild- und Tonmaterial ist allein der jeweils angegebene Herausgeber verantwortlich. In der Regel ist dieser der Urheber der Presstexte sowie der angehängten Bild und Informationsmaterialien. Das TRENDKRAFT-Presseportal ist für den Inhalt dieser Pressemitteilung nicht verantwortlich und übernimmt keine Haftung für die Korrektheit oder Vollständigkeit der dargestellten Meldung. Die Nutzung von hier archivierten Informationen zur Eigeninformation und redaktionellen Weiterverarbeitung ist in der Regel kostenfrei. Vor der Weiterverwendung sollten Sie allerdings urheberrechtliche Fragen mit dem angegebenen Herausgeber klären. Eine systematische Speicherung dieser Daten sowie die Verwendung auch von Teilen dieses Datenbankwerks sind nur mit schriftlicher Einwilligung durch das TRENDKRAFT-Presseportal gestattet.

Des Weiteren beachten Sie bitte unseren Haftungsausschluss unter: <https://trendkraft.io/haftungsausschluss>