

Verpackungs-Innovationen der Zukunft?

Die Luxusmarke Louis Vuitton auf dem Weg zur nachhaltigen Verpackung

Die Luxusindustrie ist bekannt für ihre Innovationen und ihre Kreativität. Daher fällt es der Branche leicht, sowohl auf die künftigen Konsumentenwünsche einzugehen, als auch sich intensiv mit nachhaltigen Verpackungen zu beschäftigen. Letzteres ist allerdings leichter gesagt als getan. — von Bettina Bernadette Froehlich

Luxusverpackungen sind beliebter denn je, denn sie wecken Emotionen und können auf den Instagram-Effekt zählen: Ein Kunde, der stolz auf seinen Kauf ist, wird ihn in den sozialen Netzwerken teilen. Die Verpackung, äußeres Spiegelbild von Produktsorgfalt und Wert der Marke, schafft zusätzlich ein Erlebnis, das gerne präsentiert wird.

Luxusgüter sind hochpreisig, sei es wegen der verwendeten Rohstoffe, der Marken-eigenen Techniken oder des Know-hows. Der Kunde erwartet, dass diese Werte direkt sichtbar sind, sowohl im eCommerce als auch im stationären Handel. Die Verpackung ist dabei genauso wichtig wie das Produkt. Der heutige Luxuskunde erwartet beim Kauf eines teuren Produkts eine Verpackung, die dem Kunden ein unmittelbares Gefühl für den Wert des Inhalts gibt.

Für die Käufer-Generationen von morgen spielt Nachhaltigkeit an dieser Stelle noch eine Nebenrolle. Man könnte meinen, dass die jungen Konsumenten ihre Überzeugungen beim Luxus-Shopping zu Hause

lassen. »Die Verbrauchererwartungen sind in diesem Bereich kulturell beeinflusst und momentan noch nicht wahrnehmbar«, präzisiert Sandrine Noël, Senior Corporate Environment Manager bei Louis Vuitton – einem Unternehmen der LVMH-Gruppe – das Thema junge Zielgruppen. Die engagierte Nachhaltigkeitsexpertin gehört zum Beirat der Luxusverpackungsmesse Luxe Pack in Monaco. Sie weiß, worauf es bei Neuheiten und nachhaltiger Verpackung ankommt.

Die ursprüngliche Koffer- und Taschenmarke Louis Vuitton hat sich längst zu einer Lifestylemarke entwickelt mit Damen- und Herrenmode, Lederwaren, Schuhen, Parfum, Uhren, Schmuck, Brillen ... Angesichts der Vielfalt der Produkte und der hohen Qualität ist es keine leichte Aufgabe, die Verpackungskonzepte zu verändern oder neu zu entwickeln, zumal der Bereich der Sonderpräsentationen beispielsweise höchste Ansprüche an eine individuelle, edle Verpackung und ihren Inhalt stellt. Hinzu kommen die Richtlinien der LVMH-Gruppe, die für alle Marken und vor allem das Flaggschiff Louis Vuitton gelten.

Wie bei jedem Produkt müssen auch Luxusverpackungen wesentliche Funktionen erfüllen. Die wichtigste ist der Produktschutz. Es ist zwingend erforderlich – und auch nachhaltig –, dass die edlen Produkte in einwandfreiem Zustand vom Produktionsort zum Kunden nach Hause kommen.

Und genau hier befindet sich Noël: zwischen Verpackungsfunktionalität, Kundenerlebnis und Umweltbewusstsein. Luxusversprechen und Umweltthemen gehören für ein Unternehmen wie Louis Vuitton immer stärker zusammen. Die Nachhaltigkeitsexpertin arbeitet in enger Kooperation mit den Design-, Entwicklungs- und Verpackungsabteilungen. Als Umweltmanagerin nimmt sie von den Designideen bis hin zu den Lebenszyklusanalysen und ihren möglichen Auswirkungen an den Projekten

teil. Mit ihrer langjährigen Erfahrung von 15 Jahren hat Noël einen guten Überblick über das Verpackungsökosystem und einen Beruf, der den Wandel antreibt. Sie verfolgt Innovationen und Trends und agiert nach der Devise *weniger ist mehr*.



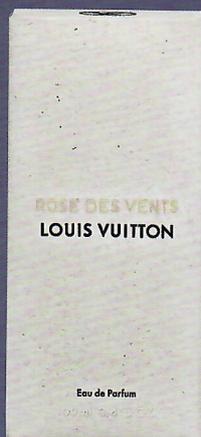
Als Nachhaltigkeitsexpertin bewegt sich Sandrine Noël zwischen Verpackung, Kundenerlebnis und Umweltbewusstsein.

Die Nachhaltigkeitsstrategie »Unsere engagierte Reise« von Louis Vuitton soll in erster Linie dem Erhalt natürlicher Ressourcen dienen. An zweiter Stelle stehen Klima und Reduzierung von CO₂, gefolgt von der Circular Economy.

Hier sind bei der Produktion Innovationen bei Rohstoffen (pflanzliche Gerbung) und recycelbaren Materialien (Lederersatz) ebenso gefragt, wie das Einführen von Zertifizierungsprogrammen für recycelte Rohstoffe, verantwortungsvolle Beschaffung und soziale Verantwortung.

Eines ist sicher, Kunststoffverpackungen sind nach 2030 in der Wertschöpfungskette von Louis Vuitton nicht mehr vorgesehen. Die Kunststoffmaterialien, die noch zur Verpackung von Produkten für eCommerce-Lieferungen verwendet werden, sollen durch nachhaltige Verpackungsalternativen wie verstellbare Versandkartons aus Recyclingmaterial ersetzt werden. Das gilt auch für das Reduzieren von Einwegverpackungen.

Die durchsichtige Schutzfolie, die die Faltschachtel umhüllt, weicht immer mehr den Nachhaltigkeitskonzepten der Parfümindustrie.



In den vergangenen Jahren wurde viel über Tragetaschen gesprochen. Einkaufstaschen und Boxen sind zu 100 Prozent recycelbar und bestehen zu 100 Prozent aus Forest-Stewardship-Council-Fasern, 40 Prozent davon recycelt.

Das Team um Noël ruht sich allerdings nicht auf diesen Lorbeeren aus und hat auch das Verpackungskonzept der safranfarbenen Geschenkbox und blauen Bänder überarbeitet.

Die Mehrwegboxen aus Rohbaumwolle sind zusammenklappbar, um ihr Volumen beim Transport zu den Filialen zu reduzieren, was die transportbedingten CO₂-Emissionen reduziert. Die Staubtaschen bestehen aus 100 Prozent Baumwolle mit der Zertifizierung *Better Cotton Initiative*, eine Organisation, die die Entwicklung ethischer, sozialer und ökologischer Anbaupraktiken unterstützt.

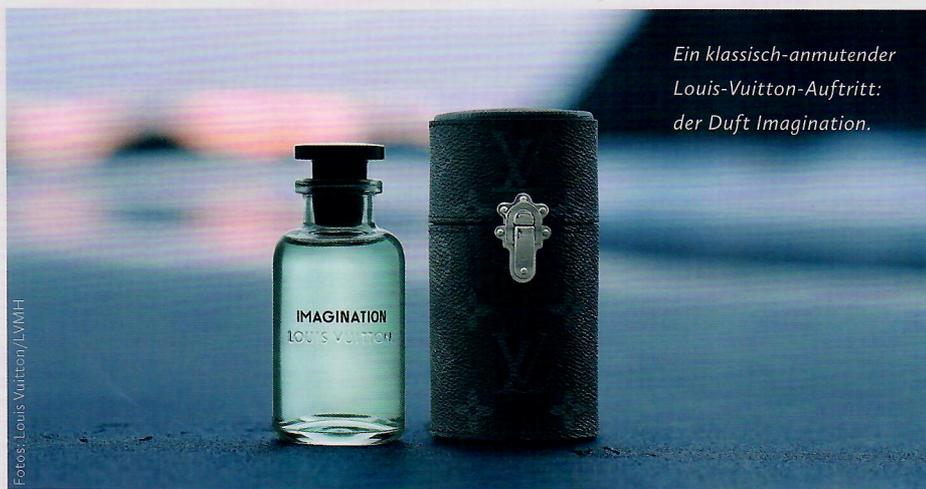
Aufgrund der Lebenszyklusanalysen und der Lebensdauer der Produkte, werden die Verpackungen des Luxuskonzerns je nach Sektor eigenständig ausgewählt. Der Bedarf an speziellen Originalverpackun-

Louis Vuitton und die Ziele für nachhaltige Verpackungen:

- 100 Prozent der Rohstoffe aus verantwortungsvoller Herkunft bis 2025
- Null Prozent Einwegkunststoff bis 2030
- seit 2020 sind bereits 70 Prozent der Materialien in einen Zertifizierungsprozess eingebunden

Die drei nachhaltigen Hauptaktivitäten:

- Reduzieren des Verpackungsvolumens der verwendeten Materialien
- Priorisieren von recycelten und recycelbaren Materialien
- Einwegplastik: Ausstieg bis spätestens 2030



Ein klassisch-anmutender Louis-Vuitton-Auftritt: der Duft *Imagination*.

Fotos: Louis Vuitton/LVMH

gen, wie einem Uhren- und Schmuckkasten, um die wertvollen Objekte langfristig aufzubewahren, bleibt bestehen.

»Seit der Einführung unseres allerersten Parfums steht die Umwelt im Mittelpunkt unseres Ansatzes, insbesondere durch die Verwendung von nachfüllbaren Flaschen. Da wir weiterhin für einen respektvolleren Umgang mit dem Planeten in unseren Lieferketten leben, verbessern wir unsere Parfumverpackungen«, so Noël über die Verpackung für den Herrenduft *Imagination*.

Als Teil der Initiative *LV Pack in Green* hat sich Louis Vuitton dazu verpflichtet, bis 2030 jeglichen Gebrauch von Einweg-

kunststoff zu eliminieren. Die Folie, die ursprünglich um alle Parfumschachteln zu finden war, wird schrittweise eingestellt, beginnend mit den Formaten in 100 und 200 Milliliter. *Imagination* ist der erste Duft, der in einem Material aus fünf Prozent Hanf und 40 Prozent Recyclingmaterial auf den Markt kommt. 



Bettina Bernadette Froehlich
Global Luxus
Monaco/Paris
www.global-luxus.com



Best(e) Aussicht!

Nachhaltig und 100 % plastikfrei blistern! Dank innovativem Sichtfenster ohne Trennung recycelbar. Ausgezeichnet mit dem Deutschen Verpackungspreis 2021.



CosmeticBusiness

20.–21. Oktober 2021
MOC München
Halle 1 Stand 08

Besuchen Sie uns!

www.karlknauer.de

KARLKNAUER 
Beeindruckend anders