

Packaging Inspiration Forum

Experten blicken in die Glaskugel


 Design-Trends

Auch in diesem Jahr lud die PrintCity Allianz die Verpackungsbranche nach Hamburg ein, um sich über neueste Entwicklungen in der Drucktechnik auszutauschen und gemeinsam in die Zukunft zu schauen. Im Fokus des 5. Packaging Inspiration Forums: die aktuellen Trendsetter – die Generation Z.



Rund 150 Fachleute aus der Verpackungsbranche besuchten Ende Februar das 5. Packaging Inspiration Forum der PrintCity Allianz im Grand Elysée in Hamburg.

Sie glauben, sie wären einzigartig und wunderbar. Manche vergleichen die heutigen Jugendlichen gar mit Einhörnern. Doch so mysteriös wie die Fabelwesen ist die Generation Z natürlich nicht. Schließlich sind die seit 1995 Geborenen ebenso wie die Vorgängergeneration, die Millennials, mit digitalen Medien aufgewachsen und gewohnt, grenzenlos zu kommunizieren. Da erfährt man einiges. Aber wie verhalten sich die rund drei Millionen Zs in Bezug auf Verpackung? Welches Packaging-Design regt Unicorns zum Kauf an? Das konnten Ende Februar die etwa 150 Teilnehmer des 5. Packaging Inspiration Forums (PIF) erfahren. Auf dem zweitägigen Kongress der PrintCity, einer strategischen Allianz der Druck- und Verpackungsindustrie, beleuchteten Experten in insgesamt 13 Vorträgen demografisch bedingte Veränderungen des Konsumverhaltens und deren Auswirkung auf Farbwelten, Gestaltung und Auspackerlebnis sowie die aktuellen Mega-Trends in der Gesellschaft: Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

Hip oder Hop?

Trends in der Verpackungsindustrie

Zu den vom Effektpigmente-Hersteller Merck präsentierten Trends der Generation Z gehören auf den ersten Blick seltsam anmutende Styles wie Lightyear, Punk 2.0 oder Trash-King. Bei näherer Betrachtung spiegelt sich in ihnen jedoch der Zeitgeist wieder. So reflektieren die vom Kosmos inspirierten, metallisch glitzrenden oder nebulös wirkenden, halbtransparenten Farbwelten des Lightyear-Stils die Probleme der überbevölkerten Erde und die Sehnsucht nach einer neuen Welt. Licht wird zum Design-Element, HighTech neu interpretiert.

Design für Gesellschaftskritiker und Weltverbesserer

Im Gegensatz dazu suchen Trash-Kings Freiheit nicht im Weltall, sondern im Müll oder Kitsch. Die Message: Design-Diktat und Label-Fetischismus war gestern. Personalisierung statt Luxus und Schönheitsnormen. Die zur Konsum- und Gesellschaftskritik passenden Ver-

packungen sehen dementsprechend billig aus oder verwenden sichtbar recycelte Materialien, zum Beispiel aus dem Meer gefischtes Plastik. Auch der Stil des Punk 2.0 ist rebellisch und zugleich mit ethischem Anspruch. Im Gegensatz zur Anti-Haltung der 1980er ist das Lebensgefühl der Z-Punks positiv und auf Kooperation ausgerichtet. Verpackungen bringen die optimistische Trotzhaltung der sozialen Revoluzzer durch poppige Neonfarben zum Ausdruck. „Trash King ist eher eine Neudefinition von Luxus, wohingegen Punk 2.0 eine soziale Antwort auf die Welt gibt“, erklärt Design-Director Filip Roscam. Doch beide Themen haben eines gemeinsam: den Trend zur Verbesserung unseres Planeten.“

Was Trend ist und was Hype, wird sich in der Zukunft zeigen. Unterdessen lernten die etwa 150 Teilnehmer des PIF in Breakout-Sessions, wie sich die neuen Trends durch Druckveredelung umsetzen lassen. Und ganz nebenbei entwickelte sich die Veranstaltung zur Networking-Plattform. <<



Einen „Trend zur Verbesserung unseres Planeten“ hat Filip Roscam, Design-Director Merck KGaA, ausgemacht und im Rahmen seines Experten-Vortrags über Consumer Lifestyle Inspirations auf der PIF vorgestellt.