

creative verpacken

Packaging
Design
Marketing
September 2025/4
222. Ausgabe
A 42311

love the real

Agnes B.
Von der Modemarke zum Duft

Farbtrends
Wie sie entstehen

Veuve Clicquot
La Grande Dame 2018
in neuem Design

Druck & Veredelung



Den Duft dekoriert ein geprägtes Aluminiumschild in 3D-Optik, goldfarben, mit farbigem Außenrand.



Verstärkt das visuelle Spiel von Farbe und Licht: hochauflösender Digitaldruck auf goldfarbenem Untergrund.

Es gilt: Ästhetik, Markenbotschaft und technische Präzision der Aluminiumschilder in Einklang zu bringen



Fotos: Rathgeber

Maison Noir

Veredelte Duftwelten

Hinter jeder nummerierten Tür der Kollektion verbirgt sich ein neues olfaktorisches Kapitel – ob als Eau de Parfum oder als Duftkerze. Sinneserlebnisse zu gestalten, die weit über das Riechen hinausgehen, das ist der Anspruch des Parfumhauses Maison Noir. – von Ingo Held

Es ist eine Einladung auf eine Reise durch Duftwelten, die durch Geschichten, Farben und Formen erlebbar werden.

Dazu gehört auch die Verpackung. Denn: Sie ist das Erste, was Kunden sehen, berühren – und spüren. Um die hochwertige Inszenierung der Duftobjekte zu unterstreichen, setzt Maison Noir auf detailreiche Aluminiumschilder mit Prägung. Diese verleihen den Flacons und Duftkerzen nicht nur eine exklusive Haptik, sondern auch eine besondere Tiefe – ganz im Sinne der Markenwelt, in der Realität und Fantasie ineinander greifen.

Es wurden verschiedene Varianten gefertigt: geprägte Aluminiumschilder in 3D-Optik, goldfarben, mit farbigem Außenrand. Für die Parfumflacons kommen sie in zwei Größen zum Einsatz. Für die Duftkerzen wurde zudem eine gewölbte Form entwickelt. Darüber hinaus entstand eine Sonderausführung mit zusätzlichem hochauflösendem Digitaldruck auf goldfarbenem Untergrund, die das visuelle Spiel von Farbe und Licht noch verstärkt.

Die Herausforderung: Ästhetik, Markenbotschaft und technische Präzision in Einklang zu bringen. Maison Noir

legt bei der Gestaltung jedes Details höchste Maßstäbe an – angefangen bei der Duftherstellung in Frankreich bis zur Entwicklung der Verpackung in der Schweiz. Die nummerierten Parfums – wie *Icarus 347* oder *Somnia 517* – erhalten durch die metallischen Embleme eine fühlbare Identität, die das Konzept *The Gateway to Olfactive Journeys* konsequent weiterführt.

„Wir glauben, dass große Parfums eine Geschichte erzählen müssen“, sagt Claudio Denz, Mitbegründer von Maison Noir. „Dazu gehören alle Elemente – vom Duft über die visuelle Gestaltung bis hin zum haptischen Eindruck. Die metallischen Label

helfen uns, die emotionale Tiefe unserer Markenwelt nach außen zu tragen.“

Das Ergebnis ist eine Verpackungslösung, die nicht nur ästhetisch überzeugt, sondern auch funktional und langlebig ist. Sie unterstreicht den Premiumanspruch der Marke und unterstützt gleichzeitig die Orientierung in der Kollektion. Denn jede Nummer, jede Farbe und jede Prägung hat eine Bedeutung. So wird das Label selbst zum Teil der Geschichte – und zur Einladung, die nächste Tür zu öffnen.



Ingo Held
Rathgeber
Oberhaching
www.rathgeber.eu