

Eierverpackungen der

Eggstraklasse

Eierkartons gleichen sich in der Regel wie ein Ei dem anderen. Nicht so an der Brüder-Grimm-Berufsakademie (BGBA) in Hanau. Dort haben zwölf Studierende des Studiengangs Produktgestaltung den Eierkarton der Zukunft entwickelt. Die BGBA legt als dualer Studienanbieter besonders viel Wert auf Praxisbezug. Entsprechend wurde das Projekt unter Realbedingungen mit Hartmann Verpackung als Kooperationspartner durchgeführt. Das Unternehmen ist hauptsächlich in der Entwicklung, Herstellung und dem Verkauf von Eierverpackungen tätig und ein führender Hersteller von umweltfreundlichen Faserformverpackungen. — von Ariane Schwarz

Eierkartons gehören zu den meistverwendeten Verpackungen überhaupt. Ein echtes Massenprodukt, das über Jahrzehnte mehr oder weniger unverändert blieb. Doch gerade bei solchen Klassikern lohnt sich ein genauer Blick. Gibt es Verbesserungsmöglichkeiten oder zusätzliche Funktionen? Kann man durch neue Verpackungskonzepte eine stärkere Differenzierung der Produkte am Point of Sale (PoS) erzielen? Entsprechend lautete das ambitionierte Ziel des Kooperationsprojekts an der BGBA, zukunftsweisende Visionen und Konzepte sowie heute noch nicht vorstellbare Eierverpackungen zu entwickeln.



Ariane Schwarz
Brüder-Grimm-
Berufsakademie
Hanau
www.bg-ba.de

Das Projekt wurde im Rahmen des Moduls »Advanced Design Concepts« im 4. Semester durchgeführt. In der kurzen Projektlaufzeit von nur zwei Monaten galt es für die Produktgestalter, innovative Konzepte in vier Bereichen zu entwickeln: Strukturelles Verpackungsdesign, PoS-Gestaltung/ Label und Aktionen, Materialentwicklung sowie alternative Produkte aus Papierfaser. Von der Ideenentwicklung über den gestalterischen Kreativprozess im Team bis zur Kommunikation und Präsentation vor dem Kunden durchliefen die Studierenden alle Phasen des gestalterischen Innovationsprozesses.

Design unter Realbedingungen


Das Projekt wurde im Rahmen des Moduls »Advanced Design Concepts« im 4. Semester durchgeführt. In der kurzen Projektlaufzeit von nur zwei Monaten galt es für die Produktgestalter, innovative Konzepte in vier Bereichen zu entwickeln: Strukturelles Verpackungsdesign, PoS-Gestaltung/ Label und Aktionen, Materialentwicklung sowie alternative Produkte aus Papierfaser. Von der Ideenentwicklung über den gestalterischen Kreativprozess im Team bis zur Kommunikation und Präsentation vor dem Kunden durchliefen die Studierenden alle Phasen des gestalterischen Innovationsprozesses.

Spielerische Herangehensweise

Für die Studierenden lag zunächst eine besondere Herausforderung darin, sich von der herkömmlichen Verpackung zu lösen. Dabei gingen sie spielerisch und experimentell vor, indem sie beispielsweise die Verpackung zerschnitten und neu zusammensetzten, Elemente hinzufügten oder wegnahmen. Teilweise entstanden Konzepte im »Labor«. Es wurde gekocht, gemischt, gegossen, geschöpft, geklebt und geformt. Dieser experimentellen Phase war eine strukturierte Brainstormingphase mit Kreativitätstechniken im Team vorausgegangen. Insgesamt entstanden so über 30 Konzepte in Form von Modellen und Renderings. Die aufgeführten Beispiele zeigen exemplarisch, wie kreativ und unterschiedlich die Studierenden ans Werk gingen.

»Viele Konzepte haben eine gute Chance, tatsächlich realisiert zu werden«, so Hubert Giesendorf, Manager Graphic Design Services bei Hartmann Verpackung. Damit wurde das Ziel, ebenso visionäre wie umsetzungsfähige Entwürfe zu erstellen, mehr als erfüllt.

Verzahnung von Theorie und Praxis

»Mit den Praxisprojekten sorgen wir dafür, dass die Studierenden nicht am späteren Beruf vorbei studieren, sondern zukunftsfähig werden«, erläutert Akademieleiterin Prof. Nicole Simon die Idee hinter den Praxisprojekten. Die beteiligten Unternehmen profitieren ihrerseits von frischen Ideen, indem sie das gebündelte kreative Potential eines ganzen Jahrgangs nutzen können. Dieser Vernetzungsgedanke gehört zum Grundprinzip der BGBA, dem derzeit einzigen dualen Bildungsanbieter im Designbereich mit Blick in die Zukunft. 



Fotos: BG/BA

Projektteilnehmer:

Obere Reihe von links: Ariane Schwarz, Christof Feckler, Ute Scamperle, Beatrice Frahm und Hubert Giesendorf von Hartmann Verpackung;
mittlere Reihe von links: Akademieleiterin Prof. Nicole Simon, Geschäftsführerin Elke Hohmann, Leonie Zebe, Steffen Topitsch, Dorothee Schenk, Stefanie Schmidt, Gloria Müller;
untere Reihe von links: Katharina Planchart, Miriam Lerche, Jakoba Möser, Joline Niemann, Christopher Zierold, Alisa Brunetti, Nathalie Wirth



Eierkarton mit Durchblick: Omas Spitzendeckchen standen Pate für das ebenso dekorative wie materialsparende Konzept von Nathalie Wirth.



6er-Pack mal anders: Gekochte Eier für unterwegs als servierfertige portionierbare Einheiten – »Ei-To-Go« von Christopher Zierold.



Zu Ostern gut aufgestellt: Joline Niemann lässt mittels Peel-Off-Label die Eierkartons aus dem Regal herausstechen.

Papierfasern mit Kaffeesatz: Leonie Zebe ergänzt optischen und haptischen Reiz durch einen geruchsneutralisierenden Effekt, geschrotete Leinsamen sollen mehr Vertrauen zu Omega-3-Eiern schaffen, die ihre Inhaltsstoffe durch Leinsamen im Hühnerfutter erhalten. Wie frisch aus dem Nest: Karton mit Grasfaserteilen von Gloria Müller und ein Wiesenblumenmix von Dorothee Schenk für eine noch stärkere Kennzeichnung von Bio-Eiern am PoS.

