

creativ verpacken

Packaging Design Marketing

160. Ausgabe

Luxus

September 2017

A 423II

6



Kiko

Fresh Packaging Ideas

Ruinart

Limited Edition

La Vialla

Emotional Branding

Lambrecht Synonym für Kreativität

Pragmatisch, im direkten Austausch mit den Kunden und mit dem Mut zum Außergewöhnlichen entstehen bei Lambrecht Packungsgestaltungen für Kosmetik- und Lifestyleprodukte. — von Ramona Müller

In Berlin Mitte ist die Agentur mit Namen Lambrecht zu finden. Benannt nach der Inhaberin Theresa Lambrecht, die diese im Jahre 2010 gründete. Zuvor führte sie ein Malerestudium nach Graz/Österreich, sie absolvierte eine klassische Ausbildung als Mediengestalterin und studierte in Berlin Kommunikationsdesign. Als Freelancer und in verschiedenen Agenturen entdeckte sie ihre Leidenschaft für Packungsdesign: »Packung ist mehr als Print und Flächen, es ist eine Art Produktgestaltung und eine Herausforderung für mich.« Der Aktionsradius sowie der kreative Handlungsspielraum, in denen sie sich in großen Agenturen bewegte, wurden ihr zu eng, was sie zur Gründung einer eigenen Agentur bewog. Die komplexen Prozesse, die bei der Entstehung einer Verpackung anstehen, setzt Lambrecht in einer flachen Hierarchie um. In der Agentur arbeiten neben der Agenturinhaberin eine Beraterin, ein Art Director, ein 3D-Visualisierer und ein Allrounder. Zusätzlich setzen sie auf die Unterstützung aus ihrem Netzwerk. So sind sie agiler, offener und spielerischer. Der direkte Kontakt mit den Entscheidungsträgern ist Theresa Lambrecht wichtig, sie mag es persönlich, direkt und kann somit schlagkräftig, pragmatisch und mit dem Blick aufs Wesentliche agieren. Um individuelle Verpackungserlebnisse zu schaffen, werden alle Werkzeuge moderner Werbe-, Kommunikations- und Markenberatung angeboten. Die Arbeitsweise von Lambrecht beschreibt die Kreative mit einer Metapher aus der Technik, in die sie die Begriffe Hub (Nabe) und Spoke (Speiche) einfließt: »Der Hub ist das Agenturbüro. Von dort aus gehen alle Speichen ab beziehungsweise kommen an. So lässt sich



Theresa Lambrecht gestaltet in ihrer Agentur Verpackungen mit Feingefühl und Sinn für Ästhetik.

ein kreatives fokussiertes Netzwerk effizient und zielorientiert führen. Im Office laufen alle Fäden zusammen und der Kunde kann punktgenau und schnell über den aktuellen Stand der Arbeiten informiert werden. Andersherum können so Änderungswünsche schneller an die entsprechenden Partner übermittelt und berücksichtigt werden.« Das spricht für ein funktionierendes Organisationsmanagement und ein Gespür für Menschen. Denn bei Lambrecht wird der Kunde als Mensch definiert und ihm wird auf Augenhöhe begegnet. Und weil jeder Mensch einzigartig ist, hat Lambrecht keine Lösungen in der Schublade parat. Die Agenturinhaberin machte die



Verpackung für ein Wimpernsérum von Tru Cosmetics.

Fotos: Lambrecht

Erfahrung, dass »in dieser Arbeitsweise ganz besondere Ergebnisse entstehen und der Kunde eine viel stärkere Bindung zu der Verpackung erzeugt, die sein Herzstück – das Produkt – umgibt.«

Um solche Projekte mit Kunden gemeinsam entwickeln zu können, seien Offenheit und Flexibilität als Eigenschaft für Kreative existentiell, meint Theresa Lambrecht. Jeder Designer entwickle über die Jahre einen ganz eigenen Stil. Damit sich hier nichts festfährt, sei es wichtig, dass dieser sich mit anderen vermische oder neue Inspirationen erfährt. Aus der heutigen Zeit nicht wegzudenken ist der Multi-Channel-Gedanke bei der Markengestaltung. So sind die Kreativen von Lambrecht überzeugt, auf allen Ebenen, egal ob visuelle Kommunikation, Verpackung oder digitale Werbung, ein gleiches Erlebnis zu erzeugen. Die Kommunikationswege der Marke verschmelzen miteinander. »Wenn die Marke emotional präsentiert wird, so muss auch die Verpackung emotional sein, obwohl sie völlig anders konzipiert wird und mit völlig anderen »Zutaten« gemacht ist«, erklärt die Agenturchefin ihre Vorgehensweise.

Einmaligkeit und Perfektion

Für die Lifestyle-Design-Agentur ist Berlin ein Hotspot für Kreativität. Gerade hier kommt es darauf an, unter den vielen Talentierten in der Stadt herauszustechen. Mit einer umfassenden Kampagne für die Berliner Manufaktur Florida Eis beispielsweise war Lambrecht in aller Munde in der Hauptstadt. Wichtig war es hier, ein verführerisch leckeres Aussehen und einen einheitlichen Stil für die 39 Eissorten herzustellen. Das Blau der Manufaktur und die Illustrationen der Zutaten tauchen immer wieder unverkennbar in der Stadt auf und wurden auf alle Medien übertragen. Auch im Luxusbereich hat die



Hochwertiges Design für Verpackung im Nischenduftbereich.

Luxus-Verpackung für Seidentücher.



Das Packungskonzept für Haertling Cosmetics wurde prämiert: Design Award, Gold Winner 2017.

Agentur einen reichen Erfahrungsschatz, vor allem bei Kosmetik- und Modemarken. Gerne begleitet die Agentur Sondereditionen, denn sie bieten den Vorteil, dass der Kunde hier einen noch größeren Fokus auf Einmaligkeit und Perfektion legt, weiß die Agenturinhaberin aus ihrem Alltag zu berichten.

Hervorzuheben ist die Leidenschaft von Theresa Lambrecht für das Entwickeln und Kreieren von Mustern. Seit zwei Jahren führt sie neben dem klassischen Agenturgeschäft ein Patternstudio. Hier entstehen beispielsweise Mode- und Lifestyleprodukte und es bieten sich Gelegenheiten für Ausstellungen. Inspirationen für Muster sammelt die Kreative unter anderem auf Reisen. Die Welt mit ihren Schönheiten zu entdecken, Farben, Formen, Gerüche, Geräusche und Menschen sind für sie ein Schatz für neue Ideen und Gedanken. Als weitere

spannt. Die Kartonage hingegen ist mit einem Mix aus glatten und gemusterten Flächen gestaltet. Für das eigens dafür entwickelte Muster ließen sich die Kreativen von Lambrecht von der orientalischen Rhythmik marokkanischer Zellige-Mosaik inspirieren.

Theresa Lambrecht mag an ihrem Beruf die Herausforderung, jedes Projekt als einmalig zu betrachten und immer wieder neue Ideen zu entwickeln. Wenn sie ihre Kunden mit ihren Vorschlägen begeistern kann, erfüllt sie das und beschert ihr große Motivation. Deshalb ermutigt sie ihre Kunden »out of the box« zu denken und sich zu trauen, neue Wege zu bestreiten. »Denn alles ist möglich und darf auch Spaß machen«, gibt die Kreative mit einem Lächeln als Parole aus.

www.lambrecht-design.de

HIER WIRD NOCH HANDMAKE GEKRÜMMELT



Packungsdesign-Entwicklung für 39 Eissorten.

Energiequelle dienen ihr Ruhemomente im Alltag. Inspiriert von den Eindrücken der Welt ist eine Spezialität der Agentur die Kombination aus plastischen und visuellen Elementen. »Gerade der Einsatz individueller Effekte wie Pattern, Ornamente oder Verzierungen auf den einzelnen Verpackungsbestandteilen«, erläutert die Kreative, »ist eine sehr starke Möglichkeit, Geschichten und damit natürlich Markenbotschaften zu transportieren.« Ein Beispiel für den Einsatz von Mustern im Packungsdesign ist die Gestaltung von Histoire Privée. Flacon und Seidensack zur Aufbewahrung des Nischenduftes werden komplett von einem Muster

Summary:

Pragmatically, in a direct exchange with the customers and with the courage for the extraordinary, packaging designs for cosmetic and lifestyle products are created by Lambrecht, Berlin/Germany.