



# Sinne-betörender Flacon

Manchmal fällt es nicht leicht, das kaum greifbare Gefühl der Freude in Worte zu fassen, das man beim Anblick eines guten Designs verspürt. Dabei steht der Designer im Vorfeld vor der noch schwierigeren Aufgabe, Gefühlen und Sinnesempfindungen erst diese Form zu geben.

*Die faszinierenden Kugeldesigns sollen die Konsumenten am Point of Sale in ihren Bann ziehen und mit der Marke verbinden.*

**G**erade im Bereich der Parfümerieprodukte, wo es um die poetische Substanz eines Produkts geht, ist die Sprache des Parfümdesigns auch eine Art kreativer Kommunikation mit den Menschen, die das Produkt für sich entdecken und darin immer neue Facetten finden«, erklärt Anton Migachov, Produktentwickler und Design-Manager bei der Brocard Group. Ein Produkt der Unternehmensgruppe, das demnächst auf dem europäischen Markt lanciert werden soll, folge, so Migachov, genau dieser Konzeption. Die Art, wie hier die Kombination von Bewegung, Spiel und Geheimnis umgesetzt wurde, sei ein absolutes Novum im Parfümdesign. Der Körper des Flacons in strenger klassischer Form wird von einer anscheinend schwebenden Kugel umkreist. Diese setzt sich in Bewegung, sobald der Flacon in die Hand genommen wird und bringt in die solide Statik eine unerwartete Dynamik hinein. Zudem fügt das Geräusch der rollenden Kugel dem haptischen Erlebnis eine akustische Note hinzu. »Die stählerne Kugel im Flacon des Herrendufts entwickelt eine anziehende Dynamik, während der Flacon des Frauenduftes durch seine faszinierende Transparenz besonders schwerelos und luftig wirkt«, betont Migachov, der nicht nur für die Entwicklung des Designs, sondern auch für die Koordination des gesamten Produktionsprozesses zuständig war.

## »Merkmale einer Erfolgsgeschichte«

Eine präzise Umsetzung der Ideen im Material stand an erster Stelle, denn neben einer beflügelten Fantasie ist auch technische Sorgfalt bis ins kleinste Detail für ein gelungenes Design unabdingbar. Mittlerweile sind Idee sowie technische Lösung weltweit patentiert und haben bereits für reges Interesse sowohl in Fachkreisen als auch beim Publikum gesorgt. »Ein Parfum



Anton Migachov, Design-Manager und Produktentwickler bei der Brocard Group: »Die Einzigartigkeit des Erlebnisses, das mit einem Produkt oder einer Marke verbunden wird, ist wesentliches Merkmal einer intensiven Kunden-Marken-Bindung.«



Fotos: Win Communication

*Die technische Umsetzung der Kugelaufbahnen war eine besondere Herausforderung.*

spricht gleich mehrere Sinne des Menschen an. Eine weitere Dimension dabei zu finden, um den Konsumenten auf eine neue Art und Weise zu fesseln, ist eine interessante Herausforderung für einen Gestalter«, konstatiert Migachov und merkt an: »Die Einzigartigkeit des Erlebnisses, die mit einem Produkt oder einer Marke verbunden wird, und die tiefgreifende Beziehung, die der Konsument zu dem Produkt entwickelt, sind Merkmale einer Erfolgsgeschichte.«

creativ verpacken 

## Summary

*The Brocard group of companies, very active on the Russian market up to now, presents its new fragrance in an unusual bottle which is soon to be launched on the west-European market. The resolutely classical form is surrounded by a seemingly floating ball. This starts moving as soon as the bottle is picked up and imbues the solid statics with unexpected dynamics.*