

## PRESS RELEASE / DE

**Kontakt:**

Margot Obert  
PR Manager  
Corpack GmbH  
München, Germany  
Tel +49 (0) 89-81 88 75 08  
m.obert@corpack.de  
www.corpack.de

19.01.2021

**Marlies Möller relaucht Haarpflegeserie mit neuem Flaschendesign von Corpack**

Das Ziel des umfangreichen Verpackungsrelaunchs der Premium-Haarpflegemarke Marlies Möller war, eine unverwechselbare und moderne Wiedergabe der Vergangenheit zu schaffen. Um dies zu erreichen, entwickelte Corpack ein neues Flaschendesign aus der logischen Verbindung von zwei Formensprachen: die der neueren Luxus-Haarpflegelinien „Pashmisilk“ und „Luxury Golden Caviar“ und die der langjährigen, traditionell eckigen Haarpflegeserie.

Das Ergebnis ist eine neue Designsprache die runde und eckige Formen verbindet, die die Wiedererkennbarkeit sicherstellt und mit Dynamik und Modernität die Marke Marlies Möller in einem immer anspruchsvolleren Markt unterstützt.

Diese neue Komponentenfamilie ist an die nachhaltigen Anforderungen der Kunden angepasst, indem die Flaschen zu 50 Prozent aus recyceltem PET (rPET) bestehen.

Um das Relaunch-Design zu vervollständigen, wählte Marlies Moeller einen frischen Ansatz bei der Visualisierung der Marke, indem sie das Logo überarbeitete, während sie die Farbcodes zur Differenzierung beibehielt. So wird sichergestellt, dass loyale Kunden auch in Zukunft die Produkte problemlos wiedererkennen können, während mit dem revitalisierten Look neue Kunden gewonnen werden.

((Anbei finden Sie zwei Fotos in Druckqualität, das Foto mit den verschiedenen Produktlinien ist das Hauptfoto, das Bild mit den drei Produkten bitte nur als evt. Zusatzfoto verwenden))



## PRESS RELEASE / EN

**Contact:**

Margot Obert  
PR Manager  
Corpack GmbH  
Munich, Germany  
Tel +49 (0) 89-81 88 75 08  
m.obert@corpack.de  
www.corpack.de

19 January, 2021

### **Marlies Möller relaunches their hair care line with new custom packaging created by Corpack**

Evolving out of a mixture of their newer luxury hair-care lines (“Pashmisilk” and “Luxury Golden Caviar”) and their long-standing, traditional square hair-care range, Corpack came up with a logical symbiosis of these two styles, to create a unique and modern rendition of the past.

The result is a modern, square-to-round sloping design, with a subtle reminder of the previous generation, yet successfully carrying the brand forward in an ever-changing market.

This new family of components is adapted to the sustainable demands of today’s customers, therefore the bottles are produced with a 50% content of PCR PET.

To complete the hair care lines, Marlies Möller also took a new and fresh approach in visualizing the brand by redesigning the logo, while keeping in touch with the past by using similar color codes. This was done to ensure that loyal customers can still connect with the brand, while winning over new customers with the revitalized look.

((Enclosed you will find two high res photos, the picture with many product lines is the main photo, please use the picture with the three products only as an additional image.))

