

WM-Feeling zum Frühstück: KURZ veredelt limitierte mymuesli DFB-Mannschafts-Mix Edition



Fallstudie zur veredelten Food-Verpackung von Fußball Fan-Müsli

Zur Fußball-Weltmeisterschaft 2026 bringt mymuesli mit der limitierten DFB-Mannschafts-Mix Edition die Begeisterung für die WM direkt auf den Frühstückstisch. Nicht nur eine Gaumenfreude, sondern auch ein echter Augenschmaus: Für den passenden Premium-Auftritt sorgt eine hochwertig veredelte Verpackung mit Transferdekoration von LEONHARD KURZ. Die metallischen Goldakzente unterstreichen die Qualität des Produkts und schaffen bereits vor dem Öffnen ein besonderes Markenerlebnis.

Das Ziel: Wie wird aus einer Müslidose ein Fan-Erlebnis?

Der international bekannte Hersteller von Bio-Müsli mymuesli steht für hohe Qualität, individuelle Sorten und kreative Limited Editions. Zur Fußball-Weltmeisterschaft 2026 entstand eine exklusive Fan-Edition. Die Verpackung sollte die Begeisterung rund um die WM transportieren und gleichzeitig die Markenidentität stärken.

Neben den Abbildungen der deutschen Fußballmannschaft auf farbigem Hintergrund setzen das mymuesli-Logo und der Mannschafts-Mix-Schriftzug in metallischem Gold markante Akzente. Im stark umkämpften Frühstückssegment ist

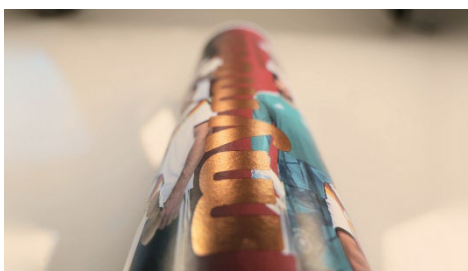


der erste Eindruck der Food-Verpackung am Point of Sale entscheidend. Ziel war daher eine Verpackung, die Aufmerksamkeit weckt, die Exklusivität der Edition sichtbar macht und sich klar vom Wettbewerb absetzt. So bleibt sie nicht nur in Erinnerung, sondern findet oft auch dauerhaft einen Platz im heimischen Regal.

Die Lösung: Hochwertige, materialeffiziente Kalttransferveredelung von KURZ, realisiert mit starken Partnern



Pünktlich zum WM-Start hat mymuesli AG das Projekt gemeinsam mit der Ellerhold Glücksburg GmbH als Hersteller für die veredelte Banderole, Brigl & Bergmeister GmbH als Papierhersteller und Lieferant für den nachhaltigen, FSC zertifizierten Bedruckstoff der Banderole, und den hochwertigen, zugleich materialeffizienten Veredelungslösungen von KURZ erfolgreich umgesetzt.



Veredelt wurde das mymuesli-Logo und der Mannschafts-Mix-Schriftzug von der Ellerhold Glücksburg, einem Spezialisten für Druckveredelung und langjähriges Partnerunternehmen von KURZ. Für die Veredelung der Banderole kam die

Kalttransferveredelung ALUFIN® KPS slim 2.0 von KURZ zum Einsatz.

Die metallischen Goldakzente erzeugen je nach Lichteinfall brillante Reflexionen und sorgen für eine hohe Aufmerksamkeit am Point of Sale. So wird die Sonderedition bereits im Regal als besonderes Produkt wahrgenommen.

Die slim-Technologie von KURZ bietet eine hauchdünne Transferveredelung auf einem Transferträger mit einer Stärke von nur 6 µm. Die reduzierte Materialstärke senkt den Materialeinsatz und trägt zur Verringerung des CO₂-Fußabdrucks bei. Während des Veredelungsprozesses wird ausschließlich das Dekor auf das Produkt übertragen. Der Transferträger verbleibt nicht auf der Verpackung, sondern fällt als Restmaterial an. Das Restmaterial aus der grafischen Industrie kann dank des hauseigenen Recyclingprozesses von KURZ, RECOSSYS® 2.0, zu rPET recycelt werden.

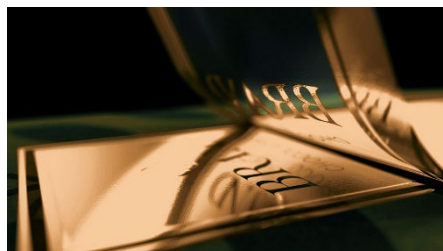
Mit ihrer äußerst geringen Schichtdicke sind KURZ-Veredelungen grundsätzlich gut mit recyclingfähigen Verpackungskonzepten vereinbar. Recyclingfähige Verpackungen können daher gemeinsam mit der Veredelung dem bestehenden Recyclingstrom zugeführt werden.

Aufmerksamkeit schaffen, Ressourcen schonen

Verpackungen sind heute weit mehr als reine Produkthüllen. Sie dienen als Kommunikationsfläche, transportieren Markenwerte und beeinflussen Kaufentscheidungen direkt am Point of Sale.

Mit den Veredelungslösungen von KURZ lassen sich visuelle Highlights gezielt einsetzen, um Produkte im Regal hervorzuheben und die Markenwahrnehmung nachhaltig zu stärken. Gleichzeitig ermöglichen innovative Veredelungstechnologien von KURZ eine ressourcenschonende Umsetzung, ohne Kompromisse beim Design.

Gemeinsam mit den Projektpartnern entstand eine Verpackung, die die Begeisterung für die Fußball-Weltmeisterschaft sichtbar macht und den besonderen Charakter der Sonderedition wirkungsvoll unterstreicht. Das Projekt zeigt,



wie Verpackungsveredelung weit über dekorative Effekte hinausgeht: Sie macht Markenwerte sichtbar, stärkt emotionale Verbindung zwischen Marke und Kund,

schafft Aufmerksamkeit am Point of Sale und unterstützt gleichzeitig eine ressourcenschonende Verpackungsgestaltung.