

Cartoon-Verpackung 8

Anne Trieba
karriert
Verbraucher



Schwerpunkt Sweets & Snacks 14



USA: gesunde
Snack-Dröhnung
für unterwegs

Portrait 22

Brand Care:
Einfallstor für Marken
in Asien



Sie stehen auf keiner Einkaufsliste, sie können uns trösten, verwöhnen und belohnen. Sie liegen manchmal auf unseren Kopfkissen, wenn wir unterwegs sind. Denkt man an die klassischen Pralinen, so kommen auch schnell Erinnerungen an die edlen Tropfen, die Opa gern naschte; die Piemont Kirschen, die Mutter zum Muttertag bekam; oder an die gute alte Cognacbohne, die zur Musik von Peter Alexander gereicht wurde. Anlässe und Rituale ändern sich, die Verpackungen heute sind weniger aufwendig, die Einheiten kleiner – man nascht, mit wem man will – zu jeder Zeit und an jedem Ort. Verschenkt wird heute nur, was wirklich exklusiv ist ...
Idee und Gestaltung des Titels: **Sabinefunkdesign** GmbH, Hamburg
Rendering-Illustration: Finalartworks

Gedruckt wurde der Umschlag auf **Invercote Creato**, einer Karton-sorten von Iggesund. Der Karton ist beidseitig matt gestrichen und hat eine gleichmäßige Oberfläche. Diese kombiniert mit besten Kartoneigenschaften sowie Veredelungs- und Prägemöglichkeiten machen Invercote Creato zum Partner für grafische Anwendungen.

Sweets & Snacks

Premium in Goldtönen	8
Monster am Süßwarenregal	10
Die Blicke auf sich ziehen	12
Qualität macht Marke: Premium-Spezialitäten auf Erfolgskurs	13
Super-Früchte für unterwegs	14
Sweet smell of success	16
Invercote – best for the environment	17
Süßes für den Duty Free Handel	18
Bio-Schokoladen mit eigener Designsprache	19
Meldungen	11, 15

Markenführung · Brand Management

Preispolitik überdenken	20
»Ansteckung« im Regal	20
Geschichten in der Marktforschung: Es war einmal ...	21

Portrait

Brand Care: Den Wow-Effekt generieren	22
--	----



■ **TopThema · Topic**

Handel und Verbraucherwünsche **24**
 »Vom Warenhaus zum Markenhaus« **24**
Taschen – Läden stärken Marke **26**
 Marktintelligenz 2.0:
 ... den Verbraucher demokratisieren **27**
»Feine Welt«:
Der kleine Luxus im Alltag **28**

■ **Entdeckt · Discovered**

Geschüttelt, nicht gerührt **34**
 »Jetzt ganz neu im Regal« **37**
 Meldungen **36**

■ **Standards**

Editorial **3**
 kreativ verpacken fragt:
*Prof. Günter Horntrich, Tanja Hastedt,
 Heinrich Glasmeyer, Heike Wahrheit,
 Jens Heise, Urs Burgermeister,
 Justus Oehler, Gerald Steuer* **6**
 Cartoon **8**
 Ticker:
 ■ Agenturen / agencies **38**
 ■ Veranstaltungen / events **38**
 Lesen & Nachschlagen / literature **33**
 Vorschau / preview **38**
 Designerbörse / designers exchange **29**
 Profi-Partner / business contacts **35**
 Impressum / imprint **38**

TopThema · Topic 24

»Die Frage, die in den Verbrauchern wächst, lautet: Brauche ich das alles?«

DR. STEPHAN TELSCHOW, GIM

TopThema · Topic 28



Handel greift Premium-Marken an

Entdeckt · Discovered 34



Konzept einer vielseitig einsetzbaren Cocktail-Marke