

Cartoon-Verpackung 8



Anne Triebas Blick auf die Verpackungs- und Marketingwelt.

Schwerpunkt · Focus 10



Neues Convenience-Konzept für Oliven

Markenführung · Brand Management 20



Um kreatives Querdenken ging es bei der deutschen Diskussionsrunde auf der Luxe Pack

Hat sich auf Pharma-Verpackungen spezialisiert: Hans Bell visuelle Kommunikation



Portrait 26

Sweets & Snacks

Individuell, eigensinnig und anregend	8
Bericht aus New York: Oliven unterwegs verzehrt ...	10
Schokolade im neuen Gewand	12
Karton in Form gebracht	14
Möhrchen-Mimikry: Digitale Welt verleiht Snacking neue Impulse	15
Hightech für Fruchtgummis	16
Innovation is encouraging consumers ...	17
Position: Schmuckstück mit goldenem Boden	18
Meldungen	11, 13

Markenführung · Brand Management

Luxe Pack Monaco: Kaviar im Kosmetik-Tiegel	20
Markenbilanz als verlässlicher Kontrollparameter	25

Portrait

hans bell visuelle kommunikation: Dialogfähigkeit der Marke ausbauen	26
---	----

Das internationale Design-Konzept »Universal Design / Universelles Design« ist ein komplexes Thema. Um alle Anforderungen und die vielschichtigen Kriterien zu erfüllen, muss man die »eierlegende Wollmilchsau« kreieren, was den Gestalter vor allem im Verpackungsbereich vor außergewöhnliche Herausforderungen stellt.

SPY Brand Communication, Köln, hat sich als Titel-gestaltende Designagentur die Frage gestellt, ob ein 100prozentiges »Universal Packungsdesign« überhaupt realisierbar ist, ob EINE »kleine Schachtel« für diese Herausforderung groß genug ist. Was kann eine Verpackung im Rahmen ihrer Möglichkeiten überhaupt leisten, wo sind die Grenzen? Schlichtweg: kann sie die eierlegende Wollmilchsau sein? Gedruckt wurde der Umschlag auf **Invercote Creato**, 280 g/m², einer Kartonsorte von Iggesund, die eigens für grafische Produkte mit außergewöhnlich hohen ästhetischen Druckanforderungen kreiert worden ist.



■ **TopThema · Topic**

**Universal Design:
Minischritte in Richtung Verbraucher 28**

Universal Design – eine Standortbestimmung:
Mit den Köpfen der anderen denken **28**

Universal Design:
Zwischen Verbraucherwünschen und Qualität **30**

Erfolg trotz demografischen Wandels? **31**

■ **Entdeckt · Discovered**

Kleine Wahrheiten:
Das Neueste vom Neuen – was sind Feed Reader? **32**

Iggesund lässt Unverwechselbarkeit kreieren **38**

Meldungen **40**

■ **Standards**

Editorial **3**

creativ verpacken fragt:
Roman Sonders, Lars Kruse, Bernd Eberle, Willi Diete, René Fehrmann, Jens Hopfe **6**

Ticker:

■ Agenturen / agencies **32**

■ Ausgezeichnet / honored **32**

■ Veranstaltungen / events **38**

■ Wettbewerbe / awards **38**

Cartoon-Verpackung **8**

Lesen & Nachschlagen / literature **43**

Designerbörse / designers exchange **33**

Profi-Partner / business contacts **39**

Vorschau / preview **42**

Impressum / imprint **42**

TopThema · Topic 28



Universal Design bedeutet Umdenken

TopThema · Topic 31



Braille-Schrift als Beispiel, wie Verbraucher mit Handicap als Zielgruppe angesprochen werden können

Entdeckt · Discovered 38



Das Black-Box-Projekt ermöglicht Kreativen höchstmögliche Freiheit