

Schwerpunkt · Focus 12



Nordische Klarheit für handgefertigte Karamellen.

Schwerpunkt · Focus 14



Leidenschaft für Sport und Mode fließt in Gestaltungskonzept ein.

■ Sweets & Snacks

Einfach zum Genießen	8
Klassiker im luftig-leichten Gewand	10
Schokoladiges Pad	11
Besser naschen	12
Bericht aus New York: Lippen als Markensymbol	14
Booja-Booja: Inszenierung feiner Trüffel	15
Exciting sweet packaging	16
Den Ursprüngen nah	18
Snacks für Kinder: Was drauf ist, ist auch drin	19
Meldungen	13, 17

■ Markenführung · Brand Management

Risse vermeiden	20
Aus der Konsumentenpsychologie: Kleine Süßigkeiten fordern mehr Transparenz	20
Drawing the line between spare and sparse	21

Titelbeschreibung:

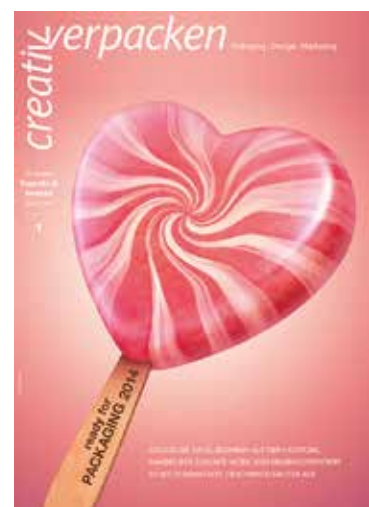
Welche neuen, überraschenden Verpackungsideen erwarten uns 2014? Das Jahr sieht vielversprechend und rosig aus – zumindest aus der optimistischen Sicht der Designagentur **PAXX**, Düsseldorf, die 2014 die Titel von *creativ verpacken* gestaltet. »Der Herz-Lolly impliziert Hoffnung, Neugier, Freude und Liebe zum Packungsdesign. Wir sind gespannt, welche Gestaltungen in diesem Jahr erstaunen und überraschen werden.«

! www.paxx.de



MetsäBoard Das Umschlagmaterial Carta Integra (250 g/m²) von **Metsä Board** ist ein vollgestrichener, gelblicher Karton mit gestrichener Rückseite, erhältlich in einem Flächengewicht von 170 bis 330 g/m². Optische Brillanz und ausgezeichnete Oberflächeneigenschaften auf beiden Seiten machen Carta Integra zum idealen Produkt für luxuriöse Druckenwendungen und Spezialverfahren wie die Folienveredlung. Wie alle Kartonqualitäten von Metsä Board wird er aus Frischfasern hergestellt und zeichnet sich durch seine Nachhaltigkeit, sein geringes Gewicht, bei gleichzeitig hoher Steifigkeit, und durch eine konsistente Qualität aus. Carta Integra kann in direktem Lebensmittelkontakt eingesetzt werden und wird unter anderem für Schokolade und andere Süßwaren empfohlen.

! www.metsaboard.com



■ **Portrait**

PUR[E]ART:
Nachhaltigkeit und umweltrelevantes
Design im Blick **22**

■ **TopThema · Topic**

Was den Handel bewegt ... **24**

**Der Handel der Zukunft:
Man sieht nur mit den Augen des
Kunden gut** **24**

Handelskonzepte:
Wenn Einkauf und Genuss
verschmelzen **26**

Glaubwürdige Händler **27**

Harmonisieren + Standardisieren
= erfolgreich Platzieren **28**

■ **Entdeckt · Discovered**

**Neues Designgesetz seit 1. 1. 2014:
Geschmacksmuster ade** **30**

Kleine Wahrheiten:
Die »neue« Lebensmittelinformati-
onsverordnung **35**

Sinn hoch vier:
Sehen, fühlen, hören, riechen **36**

Meldungen **29**

■ **Standards**

Editorial **3**

creativ verpacken fragt:
*Christine Hußmann, Bettina Carabillò,
Henrik Rehse, Daniel Gotsmich,
Irma Sachs, Michael Thomas,
Kristin Nünning, Svenja Wieck* **6**

Ticker:

■ Agenturen / agencies **35**

■ Ausgezeichnet / honored **35**

■ Veranstaltungen / events **35**

■ Wettbewerbe / awards **35**

Galerie **8**

Lesen & Nachschlagen / literature **39**

Designerbörse / designers exchange **31**

Profi-Partner / business contacts **37**

Vorschau / preview **38**

Impressum / imprint **38**

Portrait 22



*Ralf Winter baut
Design-Kompetenz
aus.*

TopThema · Topic 26



Einkauf als nostalgisch anmutendes Erlebnis.

TopThema · Topic 28



*Zweitplatzierung
als ausgeklügeltes
Konzept handling-
freundlicher Präsen-
tation.*