

# Inhalt kreativ verpacken 1/2018

## Schwerpunkt

- 8 Die emotionale Seite von Süßem
- 9 Interview — Mit Produkt und Verpackung verführen
- 10 Packungskonzept mit Markenstory
- 10 Weiche Schale, harter Kern
- 11 Healthy snacking
- 12 Mintel — Preventing food waste
- 13 Der Knallsnack

## 14 BERetail: Wachstumsträger Verpackung

- 16 Süßwaren: Die Sinne berühren
- 15, 17 Marktnaschereien

## PoS kommunikativ

- 18 Service, Glas und Marmor
- 19 Zurück in die Zukunft
- 19 Position — Mit Markenkonsistenz durch dick und dünn gehen
- 20 Tierliebe auf den ersten Blick

## Markenführung

- 21 Recht — Quadratisch, praktisch – geschützt
- 22 Disruptive Thinking — Zukunft der Arbeit bestimmt Überleben der Menschheit
- 27 Nachhaltig hinterfragt — Tue Gutes und spare dabei
- 27 Aus der Konsumentenpsychologie — Wer snackt, nascht mehr



Foto: Ekaterina\_Minaeva/Shutterstock.com

**Portrait**

28 Irma Sachs Kids & Packaging:  
Kinder lieben Details

**TopThema**

30 Wer braucht die Marke noch?

**Entdeckt**

35 Streiflichter von der  
Viscom 2017

35 Bunt, lebendig, intensiv

36 Mailänder Design Woche:  
Wandel der Lebensstile

42 Interview — Design-  
wettbewerb: Unkonventionelle  
Ideen gefragt

44 Entdeckungen

**Standards**

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt:  
Matthias Pach, Ralf Brodnicki, Perry  
Soldan, Claudia Czerják, Jürgen Hack,  
Jesper Petersen, Tanja Edelmann

Ticker:

16 Agentur-Ticker

20 Ausgezeichnet

20 Wettbewerbe

20 Veranstaltungen

43 Schlaglichter

47 Lesen & Nachschlagen

38 Börse Packungsdesign

45 Verpackungsservice

46 Vorschau

46 Impressum

**Titelbeschreibung:**

Sweets & Snacks im goldenen Käfig. Eine Welt aus verlockenden Süßigkeiten im Übermaß – begleitet vom schlechten Gewissen. Bei der Frage: Können wir es uns leisten, hemmungslos zuzugreifen, fällt uns die Entscheidung zwischen Versuchung und Vernunft schwer. Doch nach und nach öffnet sich ein Türchen – und die beiden ehemals konträren Welten aus gesundem Lebensstil und der süßen Sünde verschwimmen zunehmend. Healthy Snacking lautet das Zauberwort, das beide Welten verbindet und bewussten Genuss ermöglicht: Abkehr von künstlichen Zusatzstoffen und Rückkehr zum echten Geschmack natürlicher Zutaten. Ein fast paradiesischer Zustand, den **Win Creating Images** Berlin (eine Tochter von Win Design Aachen) auf das Cover gebracht hat. — [www.win-ci.de](http://www.win-ci.de)

**Zanders**

Das Material für den Umschlag dieser Zeitschrift stammt von **Zanders**, Hersteller hochwertiger Spezialpapiere und -kartons für Etiketten, Verpackungen und grafische Anwendungen. Es handelt sich um die Verpackungskarton-Qualität Zanpack touch, 240 g/m<sup>2</sup>, die mit ihrer angenehm natürlich-rauen Haptik überzeugt. — [www.zanders.com](http://www.zanders.com)