

Inhalt kreativ verpacken 2/2019

Schwerpunkt

- 8 Wer geht noch in den Bioläden?
- 9 Was eine Region stärkt
- 10 Deliciously Ella: Farb-dynamischer Relaunch**
- 11 Interview — Genuss im Handelsregal – Wie ethnische Food-Konzepte die Freude im LEH steigern
- 12 Zeigen, was nicht drin ist
- 12 Technik und verschmitzter Humor

- 13 Design challenges provide food for thought
- 14 Für den Gaumen und mehr ...

PoS kommunikativ

- 15 Quo vadis Amazon?
- 16 Mehr Freu(n)de zu Hause – Von der Technik- zur Erlebnis-ebene

- 17 Aus dem Handel — 111 Jahre im Fahrradsattel
- 17 Auffallend blau am PoS

Markenführung

- 18 Markenrecht: Wann ist Milch Milch?**
- 19 Aus der Kosumentenpsychologie — Calories First
- 19 Nachhaltigkeit — Neue Gestaltungsräume gewinnen



Portrait

- 20 brandpack:
Lust an der Idee

TopThema

- 22 Neues Bewusstsein: Marken
und Menschen im Flow
- 22 Wohlgefühl: Marken und
Menschen im Flow
- 26 Interview — Lust auf Genuss

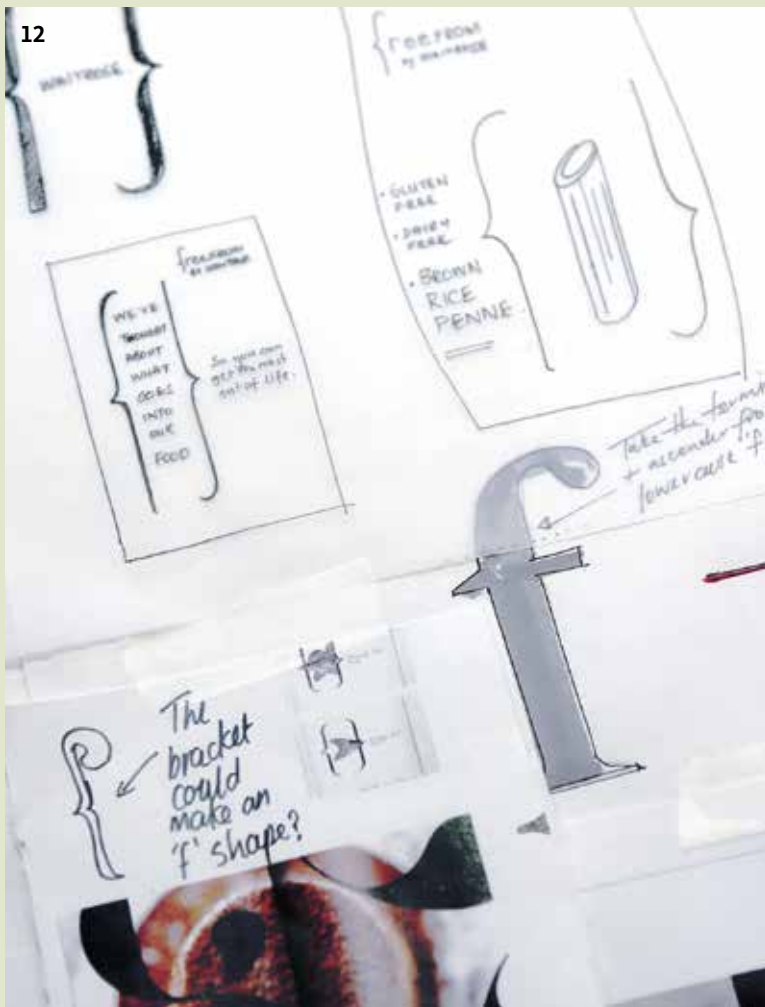
Entdeckt

- 27 Interview — Mit der Queen
auf eine Tasse Tee?
- 32 Blindenschriftprägen mit
Köpfchen
- 33 Kleine Wahrheiten — Kleine
Wahrheiten über das PDF
- 34 Interview — Wir glauben an
den Werkstoff Kunststoff
- 33 Entdeckungen
- 37 Leserbrief

Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt:
Birgit Clausen, Christiane Fock,
Morten Kauke, Tobias Haber-
stock, Michael Heintschel
- Ticker:
- 35 Agentur-Ticker
- 35 Ausgezeichnet
- 35 Veranstaltungen
- 35 Wettbewerbe
- 35 Schlaglichter
- 39 Lesen & Nachschlagen
- 28 Börse Packungsdesign
- 36 Verpackungsservice
- 38 Vorschau
- 38 Impressum

12



Titelbeschreibung:

Teebeutel ist nicht gleich Teebeutel. Die Zeit, in der wir Lebensmittel allein zur Nährstoffaufnahme gebraucht haben, ist vorbei. In einem Dschungel aus unterschiedlichsten Produkten müssen Produkte und Marken einen Mehrwert erschaffen, um Menschen in ihren Bann zu ziehen. So rückt die Verpackung immer mehr in den Fokus. Die Royaltea-Teebeutel von Donkey Products sind ein Beispiel dafür, wie aus einer alltäglichen Tasse Tee ein entspanntes Zusammentreffen mit der Queen werden kann. Den Titel gestaltete **Donkey Design**, Hamburg. — www.donkey.de



Der Titel wurde in Zusammenarbeit mit **Einsatz Creative Production** ausgefeilt und reingezeichnet. Seit Jahren ist Einsatz Partner von Donkey und spielt nicht nur bei dieser Titelgestaltung, sondern auch bei der Produktion zahlreicher Verpackungen eine tragende Rolle. Von der Reinzeichnung bis zur Abwicklung der Produktion — www.einsatz.de