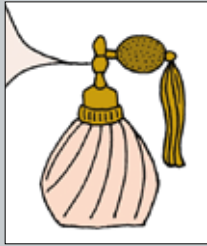


Cartoon-Verpackung 8



Anne Triebas Blick auf die Verpackungs- und Marketingwelt.

Schwerpunkt · Focus 14



Kosmetik mit einem Hauch Luxus.

Drupa Spezial · Special 29

Variabler Datendruck kann Produktmarketing »ent-fesseln«.



Portrait 40

Pionier des nachhaltigen (Packungs-)Designs: die Agentur mertz punkt.

Für das Produkterlebnis spielt die Verpackung eine entscheidende Rolle, denn sie muss Begehrlichkeiten und Emotionen wecken. Sie ist der Imageträger, die Verkörperung eines Qualitätsanspruches, der ohne Worte Ausdruck findet. Moderne Prägetechnologie schafft mit kreativem Einsatz von Stempelgeometrien, Stempelstrukturen und Prägefolien einzigartige Veredelungsergebnisse, die Eindruck machen.

Der Umschlag von *creativ verpacken* zeigt Heißprägung in Kombination mit metallisierten Prägefolien, transparenten holografischen Prägefolien, Micro-embossing und Blindprägung. Ein perfektes Zusammenspiel von Fotografie, Hochleistungs-Prägefolien und modernster Stempeltechnologie.

Die beteiligten Unternehmen:

- Prägefolien:** Kurz Stiftung GmbH & Co. KG, Fürth – D
- Prägewerkzeuge:** hinderer + mühlich KG, Göppingen – D
- Karton:** Sappi Fine Paper Europe, Alfeld – D
- Prägemaschine:** Gietz AG, Gossau – CH
- Design:** g.a.s. unternehmenskommunikation gmbh, Fürth – D
- Druck:** Druckerei Beck OHG, Süssen – D

■ Kosmetik · Cosmetics

Zu schön, um wahr zu sein	8
Hautsache: Natur!	10
Erinnerungen an einen sternklaren Nachthimmel	12
Die Magie der Authentizität	14
Neue Dimension für innovatives Marketing?	16
Runde Lösung für Tempo-Box	18
Haute Couture für Einzigartigkeit	20
Aromatherapie im Frühlingsdesign	21
Attractive and practical	22
Von der Emotion zur Faszination	23
Exciting and tactile	24
Vom Pfarrer zum Naturkind	25
Meldungen	15, 26

■ Drupa Spezial · Special

Faltschachteln effizient herstellen	28
Verpackungsmarketing mittels Digitaldruck	29
Der richtige Dreh	30
Ökologisch von Anfang an	31
Auf einer Wolke – mit der Cloud-Lösung	32
Meldungen	32

■ Markenführung · Brand Management

Führen – nicht nur managen	38
Dem Verbraucher ganz nah?	39

■ Portrait

mertz punkt:	
Vorreiter sein heißt Elite sein	40



■ **TopThema · Topic**

Luxus leben **42**
 Fogal: Über wahren Luxus und seine Verpackung **42**
Ein Schloss zur Marke machen: Luxus – wer bist du? **44**
 Schwarz als Symbol für Exklusivität **46**
 Zauber der alten Zeit – neu verpackt **47**
 Luxe Pack Monaco: Edles in bestes Licht getaucht **48**
 Ode an die Daune **50**

■ **Entdeckt · Discovered**

Neu in Papier und Karton **34**
 Shopping Down Under **51**
 Das unbekannte Wesen
 Neue EU-Regeln zur Lebensmittelkennzeichnung **52**
 Neuer Atem für Kiew's Kultkaufhaus **58**
 Meldungen **61**

■ **Standards**

Editorial **3**
 creativ verpacken fragt:
 Katharina Feld, Alnoor, Susanne Lippitsch,
 Daniel Graf, Thierry de Baschmakoff,
 Katja M. Becker, Franziska Zimmermann,
 Christoph Waldau **6**
 Ticker:
 ■ Agenturen / agencies **38, 60**
 ■ Veranstaltungen / events **60**
 ■ Wettbewerbe / awards **60**
 Cartoon-Verpackung **8**
 Lesen & Nachschlagen / literature **33**
 Designerbörse / designers exchange **53**
 Profi-Partner / business contacts **59**
 Vorschau / preview **62**
 Impressum / imprint **62**

TopThema · Topic 42



Verpackung als Bestandteil des Produkts.

TopThema · Topic 46



Die Marke Lotao präsentiert Reis als hochwertiges und edles Gut.

Entdeckt · Discovered 51



Das Warenhaus Myer in Melbourne / Australien lädt zum Verweilen ein.