

Inhalt kreativ verpacken 3/2017

Schwerpunkt

- 8 Schnelle Mahlzeiten beliebt
- 9 Mit feiner Note
- 10 Foodtrends 2017: Gesund und genussvoll
- 11 Lösungen: Faserstoffbasierter Schutz
- 12 Biofach 2017: Fest der Sinne und Ideen
- 14 Mintel — No mess no waste packaging
- 15 Metalldose: Ansprache der Sinne
- 16 Biokunststoff: Nahrungskonkurrenz oder Zukunftswerkstoff?
- 19 Serving a premium image
- 20 Der Natur so nahe

- 21 Kreativ für bessere Verwertung
- 23 Mit Respekt vor der Natur
- 23 Wein mit Lebensgefühl
- 18, 22 Aus der Lebensmitteltheke

PoS kommunikativ

- 24 Packungsdesign von einfach bis eigenwillig
- 25 Rock it baby
Stationärer Handel: Digitales lässt Kasse klingeln
- 26 Interview — Schmuckverpackungen: Details im Blick
- 27 Position —
The Flat Box Family™
- 27 Stadtgespräch

Markenführung

- 28 Digitale Innovation — Revolution der Druckmaschinen
- 29 Recht — Zum Verwechseln ähnlich?
- 30 Zu einer gemeinsamen Sprache finden
- 34 Aus der Konsumentenpsychologie — Reserviert für Gesundes
- 35 Testing brand emotions
- 36 Interview — Was zeichnet deutsches Packungsdesign aus?
- 37 Edles im Blick



Portrait

40 Malvega: Mit Reden alleine verkauft sich kein Keks

TopThema

42 Wo steht die Verpackung heute im Marketing-Mix?

43 Marketing-Mix: Erfolgsträger Verpackung

44 Interview — Austauschbarkeit von Produkten + Promotion = Erfolgsformel?

46 Umfrage — Präsentationsformen abstimmen

48 Innovationen aus den Unternehmen

50 Verpackung – Stellvertreter für Werte

Entdeckt

51 Neue Materialien

54 Harmonie von Produkt und Verpackung

55 Kleine Wahrheiten — Offsetdruck einfach erklärt

55 Position — Erlebniswelten im Einzelhandel

39, 60 Entdeckungen

Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt: Olaf Hakenbeck, Alexandra Kontetzki, Thomas Maderthaler, Klaus Hajok, René Fehrmann

Ticker:

39 Agenturen

39 Ausgezeichnet

39 Veranstaltungen

39 Wettbewerbe

38 Lesen & Nachschlagen

56 Börse Packungsdesign

61 Verpackungsservice

62 Vorschau

62 Impressum

35



Titelbeschreibung:

Bei Verpackungen gilt: Der Lack ist die Krönung, das i-Tüpfelchen, das gewisse Extra. Mit der richtigen Veredelung lassen sich Wirkung und Botschaft gezielt steuern. So wurde auch das Coating Wheel © von Actega auf dem Titel von *creativ verpacken* mit einer Lackkombination aus dem eigenen Hause aufgewertet.

Doch für echte Hochwertigkeit ist das passende Substrat ebenso wichtig. Ein Beispiel ist die Umschlagklappe dieser Ausgabe mit der versteckten Infografik: Damit sie häufiges Öffnen und Schließen an der dunklen Falz aushält, wurde hier auf Ensocoat 2S™ Karton gedruckt.

Die beteiligten Unternehmen des Umschlagprojekts:

- Überdrucklack: ACTEGA Terra GmbH
- Karton: Stora Enso
- Druck: KBA-Sheetfed Solutions
- Design: pacproject GmbH

Ensocoat 2S™

by Stora Enso

Das Material für den Umschlag dieser Zeitschrift wurde von **Stora Enso** hergestellt – dem Verarbeiter erneuerbarer Rohstoffe. Es handelt sich um die Sorte Ensocoat 2S™ mit einem Flächengewicht von 240 g/m². Ensocoat bietet jetzt noch höhere Weiße und eine noch schönere Blautönung. Ensocoat – Engagement für Luxus. — www.storaenso.com

