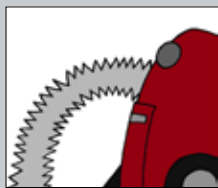


**Cartoon-Verpackung 8**

Anne Triebas Blick auf die Verpackungs- und Marketingwelt



**Schwerpunkt · Focus 10**

Rückverfolgung als Schlüsselbegriff

**Markenführung · Brand Management 16**

Markengeschäft ordnet Konsumenten zu Kunden



Jedes vererbungsfähige Leistungssystem zeigt sich als sorgfältig geführtes Markengeschäft.

**Portrait 18**



Packungsdesign mit Herzblut: Braue//Brand Design Experts

Kinder wissen was sie wollen und als neue Könige der Familie verstehen sie es, ihre Eltern zum Kauf zu bewegen. Aber wie gut und wie sicher sind Produkte für Kinder in einem Markt, der sich durch die enorme Zahl an Fälschungen in puncto Qualität ständig in Bedrängnis befindet. Das Konzept zum Titel von **Spy Brand Communication**, Köln, greift diese Unsicherheiten auf und überträgt unseren Kindern die Alleinherrschaft über Kaufentscheidungen vor den ratlosen elterlichen Dienstboten.



Das Umschlagmaterial ist ein zweiseitig beschichtetes Material Ensocoat 2S von Stora Enso. Der Multi-Layer SBS-Karton, hier mit einer Grammaturn von 240 g/m<sup>2</sup>, sorgt mit seinem hohen Weißgrad für brillante Darstellung des Drucks sowie eine herausragende Farb- und Kontrastbildung. Durch seine weiche Oberflächenstruktur eignet er sich insbesondere für Folienveredlungen und Prägungen. Somit bietet Ensocoat 2S für anspruchsvolle Verpackungslösungen eine beidseitige Präsentationsfläche, die Eindruck macht.

**■ Sicherheit · Security**

**Ansprechende Sicherheit 8**

Technologie contra Produktpiraterie: Markenschutz als Marketinginstrument **10**

Verlässliche Sicherheitsmerkmale **11**

Packaging helps to avoid burning **12**

Position: Mineralöl-Migration – ein Thema von gestern!

Lebensmittel sicher und geschützt verpackt **13**

Meldungen **11**

**■ Markenführung · Brand Management**

Lebensversicherung Marke **16**

**Smoke signals! 16**

Aus der Konsumentenpsychologie: Der Gedanke zählt, nicht der Preis **17**

**■ Portrait**

BRAUE//Brand Design Experts: Menschen lieben aufregende, emotionale Geschichten ... **18**



■ **TopThema · Topic**

Kindermarketing – wenn die Packung knistert ... 20  
 Wird mein Kind es mögen? 20  
**Kinder in fantasievolle Welten ziehen** 22  
 Fruchtpüree für die Schule 23  
 Wenn der Hase grün wird ... 24  
 Meldungen 21, 25

■ **Entdeckt · Discovered**

Biofach 2012:  
 Ein Pool der Genüsse und Designs 26  
 Vollkommene Freiheit im Design 28  
 Kleine Wahrheiten:  
 Eigene Inseln in der Informationsflut 34  
 Meldungen 14, 37

■ **Standards**

Editorial 3  
 creativ verpacken fragt:  
*Jens Tarnowski, Bettina Carabillò, Bernd Huth, Matthias Ribbe, Michael Colell, Harald Redemann, Nadine Hartmann, John Hochmann* 6  
 Ticker:  
 ■ Agenturen / agencies 34  
 ■ Ausgezeichnet / honored 34, 36  
 ■ Veranstaltungen / events 36  
 ■ Wettbewerbe / awards 36  
 Cartoon-Verpackung 8  
 Lesen & Nachschlagen / literature 15, 39  
 Designerbörse / designers exchange 29  
 Profi-Partner / business contacts 35  
 Vorschau / preview 38  
 Impressum / imprint 38

**TopThema · Topic 20**



Gerade bei Kindern hat Verpackung eine herausragende Bedeutung.

*Doppelte Zielgruppe: Kind und Erwachsener*

**TopThema · Topic 23**



*Bequeme Handhabung: Püree im Beutel*

**Entdeckt · Discovered 26**



*Auf der Biofach ausgezeichnet: Bio-Dressing*