

Cartoon-Verpackung 8



Anne Triebas Blick auf die Verpackungs- und Marketingwelt.

Schwerpunkt · Focus 11



Neue Wege der Kommunikation zwischen Verpackung und Verbraucher

Markenführung · Brand Management 19



Von der Orientierungshilfe zum präferierten Produkt

Portrait 20

Brückenbauer zwischen Briefing und marktfähiger Lösung



Ein Burger auf die Hand, der Soft-Drink aus der Dose oder ein Nudel-Snack als Stärkung zwischendurch. Zeitmangel und Stress zwingen die Verbraucher weltweit, anstelle von langwierig zubereiteten Mahlzeiten, eher auf praktische Convenience-Food zu setzen. Diese schnelle Art der Nahrungsaufnahme ist längst nicht mehr einfältig. Vielmehr ist heute Vielfalt in Sorte und Verpackung die Regel. Produkte auf Gabeln aufgespießt, quasi essfertig, stellen dies dar. Heroisch auf strahlend blauem Fond – eiskalt und frisch, angelegt von der Agentur **WINcommunication, Aachen**, die das Titelmotiv entworfen hat.

Den besonderen Schimmer gibt der Karton **Metalprint** von Iggesund, Iggesund/Schweden, dem Motiv, ein mit metallisiertem PET einseitig laminiertes Karton. Die metallisierte Oberfläche ist mit einer außergewöhnlich guten Oberflächenglätte für eine direkte Bedruckung vorbereitet.

Convenience

Convenience:

- Nur bequem reicht nicht **8**
- Mehr Vertrauen durch Transparenz **10**
- Neue Wege im PoS-Marketing: Über die sprechende Verpackung und individuelle Fenster **11**
- Cocktails im convenienten Beutel** **12**
- Multi-layer plastics feed snacks growth **14**
- Safe and assure **15**

Position:

- Optimale Barrierefunktionen mit nichts als Papier: Die verantwortungsvolle Verpackungslösung **16**

Markenführung · Brand Management

- Keine Angst vor der Nuance!** **18**
- Verpackung dient Marke **19**

Portrait

- WERMUTHGRAFIK: Design als Brücke **20**



■ **TopThema · Topic**

Der Weg ins Unbekannte:
neue Materialien **22**

**Neue Materialien finden
und einsetzen:**

Technologie versus Verbraucher? **22**

Biokunststoffe als nachhaltige
Werkstoffe der Zukunft **24**

Neue Materialien:
Verschiedene Wege führen zum Ziel **26**

■ **Entdeckt · Discovered**

Packaging – villain becomes hero **28**

Wo der Handel zu wenig weiß **28**

Kleine Wahrheiten –
Ich sehe was, was du nicht siehst:
Augmented Print **34**

Mit Blick aufs Mittelmeer –
Monte Carlo rüstet sich für
die 24ste Luxe Pack **37**

Meldungen **34, 37**

■ **Standards**

Editorial **3**

creativ verpacken fragt:
*Daniel Graf, Michael Thomas,
Friederike Schmolzi, Michael Colell,
Sören C. Sörensen, Anthony Slotta* **6**

Ticker:

■ Agenturen / agencies **18**

■ Ausgezeichnet / honored **36**

■ Veranstaltungen / events **36**

Cartoon-Verpackung **8**

Lesen & Nachschlagen / literature **39**

Designerbörse / designers exchange **29**

Profi-Partner / business contacts **35**

Vorschau / preview **38**

Impressum / imprint **38**

TopThema · Topic 22



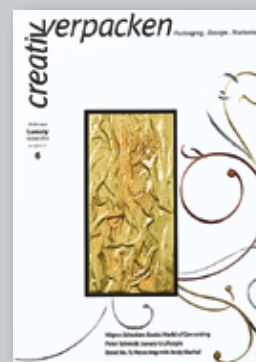
*Materialbibliotheken informieren und
motivieren zu Neuem*

Entdeckt · Discovered 34



*Vom Packungsdesign,
das Geschichten erzählt*

Entdeckt · Discovered 37



*Ausgezeichnet:
Hinderer + Mühlich und
creativ verpacken*