

**Cartoon-Verpackung 8**



Anne Triebas Blick auf die Verpackungs- und Marketingwelt

**Schwerpunkt · Focus 15**



Wirkt wie liebevoll von Hand verpackt: Pereg Gourmet

**Markenführung · Brand Management 24**



Lindenhaus Dialog 2012: Mischung aus Information und Austausch

**Portrait 28**



Als sei es die eigene Marke ... – Selbstverständnis von Markenliaison

**Convenience**

Flexibel in allen Lebenslagen **8**

**Ein Musiker auf Reisen: Wo ist die wieder befüllbare Tube?** **10**

Ein Klassiker feiert Geburtstag: Vom kultigen Böxli zur Taschenverpackung der Zukunft **12**

Frische Spätzle leicht gemacht **14**

Visuelle Würze **15**

Retro-Design als Marke **16**

To be served at a dinner party **18**

Mit neuen Ideen im (Genießer-)Netz **19**

**Die Zielgruppe im Mittelpunkt: Über die Entstehung einer authentischen Kinder-Marke** **20**

Wie Bio ist Convenience? **22**

Meldungen **17, 21**

**Markenführung · Brand Management**

Innovationsroulette: Dem Zufall eine Chance geben **23**

Lindenhaus Dialog 2012: Mit Liebe und Leidenschaft am Produkt **24**

Moral + Ethik = Zusageverlässlichkeit **26**

Markenauftritt von Ravenol: Ohne Werbung in die Erfolgszone **27**

**Portrait**

Markenliaison: Geliebte Marken schaffen ... **28**

Convenience Food, dieser Trend im Foodbereich ist ein stetig wachsendes Feld, das sich permanent an die Wünsche der Verbraucher anpasst und daher großes Potential für Innovationen in der Verpackung bietet: gefroren, gekühlt, Single-Serve-Portionen, bite-size, Familien-Packs, eat-now-eat-later-Optionen – Konsumenten verlangen eine breitere Palette von Produkten, die besser auf ihren eigenen Lebensstil angepasst sind. Der sich immer wieder neu erfindende Coffee-to-go Becher ist für **Spy Brand Communication**, Köln, die perfekte Metapher, diesen Trend visuell auf den Punkt zu bringen.



Das Covermaterial ist ein zweiseitig beschichtetes Material Ensocoat 2S von StoraEnso. 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 besonders für Folienveredlungen und Prägungen. Somit bietet Ensocoat 2S für anspruchsvolle Verpackungslösungen eine beidseitig Präsentationsfläche, die Eindruck macht.



■ **TopThema · Topic**

Handel als Mittler	30
Der Händler als Marke	30
<b>Dem Einkaufswagen auf der Spur</b>	<b>32</b>
Duft als gestaltete Aufwertung der Umwelt	34
Wahre Werte, neue Trends	35
Swiffer: Weniger Verpackung ist manchmal mehr	36
Shopping im Zeichen des Sterns	38
Meldungen	39

■ **Entdeckt · Discovered**

Wiedererkennungswert trotz Vielfalt	40
♥ <b>FachPack 2012</b>	
<i>creativ verpacken</i> stellt Aussteller vor	46
Meldungen	49

■ **Standards**

Editorial	3
creativ verpacken fragt: <i>HP Becker, Bettina Gabriel, Stefan Zimmermann, Christine Hußmann, Klaus P. Hajok, Thomas Breitingen, Holger Lütten</i>	6
Ticker:	
■ Agenturen / agencies	26
■ Ausgezeichnet / honored	26, 48
■ Veranstaltungen / events	48
Cartoon-Verpackung	8
Lesen & Nachschlagen / literature	51
Designerbörse / designers exchange	41
Profi-Partner / business contacts	47
Vorschau / preview	50
Impressum / imprint	50

**TopThema · Topic 30**



*Fototapete – passend zum Angebot des Händlers*

**TopThema · Topic 36**



*Der Verbraucher will Reinigungssysteme in die Hand nehmen*

**Entdeckt · Discovered 49**



*Erzählt eine Geschichte im Vorbeigehen ...*