

**Cartoon-Verpackung 8**



Anne Triebas Blick auf die Verpackungs- und Marketingwelt.

**Schwerpunkt · Focus 10**



Wertet Zähneputzen auf: Veredelte Tuben aus den USA.

**Schwerpunkt · Focus 30**



Aus der Not eine Tugend machen: Wenn es etwas nicht gibt, dann wird es erfunden.

Dieser Umschlag wurde gestaltet und veredelt von der **Offsetdruckerei Schwarzach**, Schwarzach/Österreich. Das Projekt wird im Detail auf den Seiten 34–35 in dieser Ausgabe vorgestellt.

Beteiligte Unternehmen:

- Idee, Konzept und Ausführung:** Offsetdruckerei Schwarzach
- Gestaltung, Agentur:** Werbeagentur IRR
- Prägeklischees:** hinderer + mühlich
- Heißfolie:** Leonhard Kurz
- Diffractionsfolie:** peyer graphic
- Heißfolienprägen Diffractionsfolie:** Deuschle Druckveredelung



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

**■ Druck & Veredelung · Printing & Finishing**

Echt edel	8
Bericht aus New York: Süße Mundpflege	10
<b>Wie sexy können Stützstrümpfe sein?</b>	<b>15</b>
Muster im Gepäck	16
Luxusverpackungen: Gehüllt in Samt und Seide	18
<b>Duft für Geist und Seele</b>	<b>20</b>
Flexibilität und Vielfalt im Test	21
Glänzender Auftritt für Lebensmittel	22
Qualitätsimage von Premiumprodukten stärken	25
Putting the finishing touches to luxury	26
Kleine Wahrheiten: Die dritte Epoche des Internets	27
Messe CCE: Neues Branchen-Highlight in Sicht?	28
Im Reich der Gewürze	29
Tolle Effekte mit Standardfolie	30
Recognisable brand silhouette	32
Herausforderung Luxus-Cover	34
Meldungen	31, 36

**■ Hochschule · University**

Produktschutz und Design im Doppelpack	36
--	----

**■ Markenführung · Brand Management**

Sich dem Netz stellen ... und durchsetzen	40
Tradition in Material und Form	41
Zum Greifen nahe	42
Art for Art's sake	43



■ **Portrait**

GESINE GOLD Branding:  
Marken Strahlkraft verleihen **44**

■ **TopThema · Topic**

Luxus ist Wertigkeit **46**

**Das Gold im Flacon** **46**

Luxus für Kleider:  
Begehrter Kleiderschrank **48**

Schlichte Eleganz repräsentativ  
verpackt **50**

Luxe Pack Monaco 2012:  
Motor der Luxusinszenierung **51**

Luxuriöses zu erschwinglichen Preisen **52**

Bäderlandschaften: Höchster Anspruch  
an Design & Funktion **53**

Ein Hauch von Weiblichkeit ... **54**

Aufwendig verziert und  
klassisch elegant **56**

Meldungen **49**

■ **Entdeckt · Discovered**

Neu in Papier und Karton/  
paper and board news **38**

Meldungen **66**

■ **Standards**

Editorial **3**

creativ verpacken fragt:  
*Christian von der Heide, Steven de Cleen,  
Dominic Bakic, Fabrice Peltier,  
Verena Kordes, Sabine Funk,  
Mary Lewis, Valérie Bernard* **6**

Ticker:

■ Agenturen / agencies **40**

■ Ausgezeichnet / honored **40**

■ Veranstaltungen / events **42**

■ Wettbewerbe / awards **42**

Cartoon-Verpackung **8**

Lesen & Nachschlagen / literature **64**

Designerbörse / designers exchange **59**

Profi-Partner / business contacts **65**

Vorschau / preview **68**

Impressum / imprint **68**

**Portrait 44**



*Gesine Gold Branding  
fokussiert die Aura des  
Besonderen.*

**TopThema · Topic 52**



*Der eigene Design-Stil  
als Markenzeichen  
für Verpackungen.*

**TopThema · Topic 54**



*Das feine Paisly-Muster  
macht aus dem Korsett  
ein Schmuckstück.*

**Entdeckt · Discovered 67**



*Mit einem neuen  
Konzept will Lindt  
eine junge, poly-  
glotte Zielgruppe  
ansprechen.*