

Schwerpunkt · Focus 10



Grüne Kappe als Erkennungszeichen.

Schwerpunkt · Focus 14

Weingenuß in allen Lebenslagen ...



Schwerpunkt · Focus 19



Kräuterlikör aus der Apotheke mit Markenkonzept.

■ Getränke · Beverages

Getränkengeschichten	8
Weingut Preli	
Zartgrünes Erscheinungsbild	10
<b>Zufrieden schmunzeln</b>	<b>11</b>
From Russia with gLove	12
Wein in kleinen Dosen	14
Position:	
Gestaltung auf der Fläche	15
Paper wine bottles	16
Kaffee aus dem Zauberwald	17
<b>Einfach fremd vertraut</b>	<b>18</b>
Schwarz-Weiß-Gold	19
Meldungen	13

■ Markenführung · Brand Management

Aus der Konsumentenpsychologie:	
Der Süßstoff-Bumerang	20
Markenkraft entsteht durch	
Konsistenz	20
Aus der juristischen Praxis:	
Plattform für Fälschungen	21

**Titelbeschreibung:**

Voilà ... der neue »Fla-Beu-Cup-to-Go«! Mit diesem Fantasiegebilde möchte die Designagentur **Paxx**, Düsseldorf, die vielfältigen Gestaltungsvariationen im Getränkebereich visualisieren. Gerade hier bieten sich dem Designer beinahe unbegrenzte Möglichkeiten, sich kreativ auszutoben. Im doppelten Sinne ... »Ein Teil der Arbeit ernährt und der andere formt: Die Hingabe an die Arbeit ist es, was uns formt.« (Antoine de Saint-Exupéry)

www.paxx.de



**MetsäBoard** Der Umschlag ist auf Carta Integra (250 g/m<sup>2</sup>) von **Metsä Board** gedruckt, einem gestrichenen, gebleichten Faltschachtelkarton aus Frischfaser. Optische Brillanz und konstante Oberflächeneigenschaften auf beiden Seiten machen Carta Integra zum idealen Produkt für Druckanwendungen mit Anspruch. Der Karton ist leichtgewichtig mit hoher Steifigkeit, umweltfreundlich, sowohl in der Herstellung als auch in der Entsorgung, und in direktem Lebensmittelkontakt, zum Beispiel für die Verpackung von Pralinen, einsetzbar. Erhältlich von 170 bis 330 g/m<sup>2</sup>.

www.metsaboard.com



■ **Portrait**

Wesemann Werbeagentur:  
Mit Strategie zum Erfolg **22**

■ **TopThema · Topic**

Irland – Land der (Verpackungs-)  
Poesie **24**

**Wir sind die Ryanair-Generation** **24**

Dubliner Geschichten **27**

■ **Entdeckt · Discovered**

Asien:  
Geschärftes Verbraucherbewusstsein **28**

Kleine Wahrheiten:  
Plain Packaging **29**

Im Sommer kalt – im Winter heiß **29**

Position:  
Eine preisgekrönte Symbiose:  
Bistrotea und EnDURO Ice **30**

The Magical Half-Second **35**

Meldungen **36**

■ **Standards**

Editorial **3**

creativ verpacken fragt:  
*David Friedemann, Bernd Eberle,  
Francalma Nieddu, Nicole Sutor,  
Michael Greve, Klaus P. Hajok,  
Markus Niemeyer* **6**

Ticker:

■ Agenturen / agencies **19**

■ Ausgezeichnet / honored **19**

■ Wettbewerbe / awards **19**

Galerie **8**

Lesen & Nachschlagen / literature **39**

Designerbörse / designers exchange **31**

Profi-Partner / business contacts **37**

Vorschau / preview **38**

Impressum / imprint **38**



**Portrait 22**

*Zu Dritt nach vorne:  
Wesemann Werbeagentur.*

**TopThema · Topic 24**



*Die Vielfalt  
Irlands.*

**Entdeckt · Discovered 35**



*Vom magischen Augenblick  
zwischen Produkt und Ver-  
braucher ...*