

Inhalt kreativ verpacken 7/2017

Schwerpunkt

- 8 Siegeszug der Bequemlichkeit
- 9 Smart Snacking
- 10 Seeberger: Müsli mit Glücks-garantie**
- 10 Klassiker im neuen Kleid
- 11 Geschichte im Glaszylinder
- 12 Low-Carb als schnelle Mahlzeit?
- 12 A good package serves on the go
- 13 Natürliche Produkte fürs Heimtier
- 14 Mintel — Increasing ease-of-use
- 15 Einfach zu öffnen

- 15 Jackfruit aus der Pfanne
- 16 Tee bequem zu handhaben
- 16 Kunststoff = Convenience = ?
- 18 Smoothie im Nu
- 18 Ausgelassene Cocktailstunde
- 19 Schwarztee bei 92 Grad Celsius
- 17 Meldungen — Convenience unter der Lupe

PoS kommunikativ

- 20 Markthallen: Trend zur Entschleunigung**
- 21 Bist du echt oder eine billige Kopie?

- 22 Neue Aufgaben für die Verpackung

Markenführung

- 23 Digitale Innovation — Im Reich der zwei Geschwindigkeiten
- 24 Recht — Gut präsentiert – schlecht abgeschnitten?
- 25 Aus der Konsumentenpsychologie — Leise Musik, gesunde Ernährung
- 25 Bingo!



Portrait

- 26 stefan zimmermann design:
Packungsdesign als Königs-
disziplin

TopThema

- 28 Nachhaltigkeit – Versuch einer
Annäherung

- 29 Nachhaltigkeit: Vernetztes
Denken als Devise

- 30 New Packaging Economy –
Hintergründe und Beispiele

- 31 Position — Der Weg zum
klimaneutralen Standboden-
beutel

- 32 Konsequenter nachhaltig:
Kaffeeteller mit Zukunfts-
potential

- 33 Mit gutem Gewissen in den
Einkaufskorb

- 34 Interview — Individuelle
Verpackung im Werkstoff-
kreislauf

Entdeckt

- 19 Neue Materialien von Kapag

- 35, 40 Entdeckungen

Standards

- 3 Editorial

- 6 *creativ verpacken* fragt:
Stefan Öhner, Pedram Zolgadri,
Michael Colell, Michael Thomas,
Oliver Schenkmann, Georg Vulpius

Ticker:

- 35 Agentur-Ticker

- 35 Ausgezeichnet

- 35 Wettbewerbe

- 43 Lesen & Nachschlagen

- 36 Börse Packungsdesign

- 41 Verpackungsservice

- 42 Vorschau

- 42 Impressum



Titelbeschreibung:

Geschenke-Auspacken macht Freude. Doch wohin mit dem Papier? Die Schleife aufheben oder doch lieber gleich weg? Attraktives Erscheinungsbild, Convenience und Nachhaltigkeit sind im Packungsdesign oft entgegengesetzte Pole, zwischen denen der Gestalter vermittelt. Wer am Strand das Trendgetränk Kokoswasser schlürft, hat dieses Problem nicht: Die Kokosnussschale ist Produkt und Verpackung zugleich. Das ist nicht nur bequem, sondern auch nachhaltig – die Packung wächst direkt mit. Da kann ansonsten nur noch das Eis mithalten, dessen Waffel sogar gegessen werden kann. Da wir aber hierzulande weder dauernd am Strand sitzen noch den ewigen Sommer genießen können, dürfen wir Designer die Verpackung für Trendgetränke entwerfen – das Strandgefühl inklusive. Das Titelbild ist eine Idee von **Markenliaison**, München. — www.markenliaison.com



Ensocoat 2S™ Das Material für den Umschlag dieser Zeitschrift wurde von **Stora Enso** hergestellt – dem Verarbeiter erneuerbarer Rohstoffe. Es handelt sich um die Sorte Ensocoat 2S™ mit einem Flächengewicht von 240 g/m². Ensocoat bietet jetzt noch höhere Weiße und eine noch schönere Blautönung. Ensocoat – Engagement für Luxus. — www.storaenso.com