

Inhalt kreativ verpacken 7/2018

Schwerpunkt

- 8 Politik der kleinen Schritte ...
- 8 Herzlich willkommen
- 10 Granini:**
Genuss erfindet sich neu
- 11 Weingenuss mit Storytelling
- 12 Urige Charaktere
- 12 Gentleman der »Willis«
- 13 Etikettenpapier der nächsten Generation
- 14 3D-Direktdruck:
Ungeahnte Möglichkeiten für Glas
- 15 Kunst trifft Individualität
- 16 Sinn für Gin

- 17 Individuelle Flaschenausstattung
- 18 Durst nach Revolution
- 19 Cocktail-Kurs zu Hause
- 19 Verpackungen im Fokus
- 20 Auerbräu:**
Kommunikation auf Augenhöhe
- 21 Anforderungen der Getränkeindustrie
- 22 Interview — Kleiner Tropfen, starke Wirkung
- 24 Getränkeverpackungen in Kürze

PoS kommunikativ

- 24 Aus dem Handel — Äpfel, Bananen und eine Prise Nostalgie
- 25 Die Handschrift ist zurück

Markenführung

- 26 Disruptive Thinking — Die Zukunft von Packungsdesignern
- 27 Recht — Der Slogan: starke Worte mit Schutzwirkung
- 28 Nachhaltigkeit — Liebestöter Nachhaltigkeit
- 28 Aus der Konsumentenpsychologie — Großes Getränk, große Gewinnchance



25



11



41



30



32

Portrait

- 30 kgm:
Nachhaltige Markenarbeit

TopThema

- 32 Unternehmen sozial engagiert:
Wertewandel im Konsum
- 32 Konsum mit Mehrwert
- 35 **Dom-Spekulativus:**
Behinderte Künstler gestalten
Dosen

Entdeckt

- 41 Mit Vorfreude zum Fest
- 45 An unsere Abonnenten
- 40, 42, 45 Entdeckungen

Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt:
Annika Röber, Léon Homeyer,
Paul Kußmann, Bernd Mirbach,
Bastian Schneider, Gerald Koenen

Ticker:

- 29 Agentur-Ticker
- 29 Ausgezeichnet
- 29 Wettbewerbe
- 29 Schlaglichter
- 43 Lesen & Nachschlagen
- 36 Börse Packungsdesign
- 44 Verpackungsservice
- 46 Vorschau
- 46 Impressum



Titelbeschreibung:

Mit kreativen Out-of-the-box-Konzepten schlägt die Getränkeindustrie neue Töne an. »Das Getränk« erfindet sich neu, hat Spaß am Spiel mit Formen und Farben, verleiht dem Drink ein Gesicht, einen eigenen Charakter. Wird damit vom Durstlöscher zum Lifestyle-Produkt, das zum Ausdruck des persönlichen Geschmacks dient. Und steht damit ganz im Zeichen der Individualität und Ideenvielfalt – wie die neue Zielgruppe. Den Titel gestaltete **Win Creating Images**. — www.win-ci.de

**Zanders**

Das Material für den Umschlag dieser Zeitschrift stammt von **Zanders**, Hersteller hochwertiger Spezialpapiere und -kartons für Etiketten, Verpackungen und grafische Anwendungen. Es handelt sich um **Zanpack tinted**, 265 g/m², einen durchgefärbten Karton mit einer weißen, doppelt gestrichenen Vorderseite und einem dunkelblauen Rückseitenstrich. **Zanpack tinted** eignet sich ideal für Designs mit intensiver Falzung, Stanzung oder Prägung. — www.zanders.com