

**Cartoon-Verpackung 8**



Anne Triebas Blick auf die Verpackungs- und Marketingwelt.

**Schwerpunkt · Focus 10**



Verpackung muss im Spielwarenbereich die Aufgaben der oft nicht mehr vorhandenen Fachverkäufer übernehmen.

**Markenführung · Brand Management 20**



Schläft ein Lied in allen Dingen  
Die da träumen fort und fort,  
Und die Welt hebt an zu singen  
Triffst du nur das Zauberwort.

JOSEPH FREIHERR VON EICHENDORFF

*In jedem Produkt  
schläft eine Melodie,  
die nur zum Klingeln  
gebracht werden  
muss ...*

**Portrait 22**



*Der Vision, etwas komplett  
Neues zu schaffen, auf der  
Spur: United\* dsn.*

**■ Non-Food**

- »Unboxing«:  
Wenn Auspacken zum Kult wird **8**
- Spielwaren:  
Realistisches Produktgefühl kreieren **10**
- Zigarren in vollendeter Form **12**
- Frischer Wind im Sockensektor **14**
- Spielverpackungen:  
Im Bann des Cover-Designs **16**
- All-in-one packages **17**
- Tissuebereich immer trendiger **18**
- Meldungen **15, 19**

**■ Markenführung · Brand Management**

- Schläft ein Lied in allen Waren ... **20**
- Aus der Konsumentenpsychologie:  
Der »Need for Touch«** **20**
- The new role of information design** **21**

**■ Portrait**

- united\* dsn, llc:  
Was wäre wenn? **22**

Dreidimensionalität im Druck, auch haptisch erlebbar, das ermöglicht ein neuartiges Druckverfahren, das mit Chip-Off-Lacken (siehe auch S. 30) arbeitet. Die Druckerei Model Kramp, Hanau, hat sich für die Veredelung des Titelmotivs den Chip-Off-Effekt einer neuen Lackserie von Weilburger Graphics, Weilburg, zunutze gemacht. Zwei Lacke, einer abstoßend ausgerichtet, einer mit Colorstream-Effektpigmenten von Merck, Darmstadt, werden geschickt kombiniert, so dass ein neuartiger optischer und haptischer Effekt entsteht. Bei der Handy-Umverpackung wird der Effekt in Streifen positiv/negativ eingesetzt – positiv der Abstoßlack und negativ der Colorstream-Lack. Bei dem »Styroporeinsatz« werden beide Lacke vollflächig übereinander appliziert, wodurch der zweite Lack unkontrolliert aufreißt. Dadurch entstehen dreidimensionale Strukturen, optisch und haptisch, ohne Einsatz von Prägeformen. Das Titelmotiv entwarf **Wincommunication, Aachen**.



■ **TopThema · Topic**

Mit dem Verbraucher in Kontakt  
treten ... 24

**Die Verpackung – der Verkäufer** 24

Neue Wege für neue Bedürfnisse:  
Verpackung mit Mehrwert 26

Wie die Verpackung Hersteller, Handel  
und Verbraucher vernetzt 27

Aus dem Regal auf den Tisch 28

■ **Entdeckt · Discovered**

Premiere auf dem Umschlag  
von *creativ verpacken*:  
Chip-Off Effektlackierungen für  
anspruchsvolle Produkte 30

First in last out:  
Schmeckt es noch? 32

Überraschende Geschmackserlebnisse 38

Investing in lowering fossil  
carbon emissions 41

Grüner Einkaufskorb:  
Ohne Bio-Handel keine Bio-Käufer 41

Erratum 31

Meldungen 31

■ **Standards**

Editorial 3

creativ verpacken fragt:  
*Jörg Willich, Robert Neumann,  
Martin Döbler, Evelin Ceglarek,  
Marco Peró* 6

Ticker:

- Agenturen / agencies 31
- Ausgezeichnet / honored 40
- Veranstaltungen / events 40
- Wettbewerbe / awards 40

Cartoon-Verpackung 8

Lesen & Nachschlagen / literature 29

Designerbörse / designers exchange 33

Profi-Partner / business contacts 39

Vorschau / preview 42

Impressum / imprint 42

**TopThema · Topic 26**



QR Code entführt  
Verbraucher in die  
Welt der Marke.

**TopThema · Topic 28**



Wie kommunizieren Markenartikler mit dem Verbraucher?

**Entdeckt · Discovered 38**



Sorgen für hohe Aufmerksamkeit am PoS:  
Getränkeboxen.