

Inhalt kreativ verpacken 8/2019

Schwerpunkt

- 8 Miteinander – zum Wohle aller
- 9 Babor:
Genuss im Spa
- 10 *creativ verpacken* dialog 2019:
Handelskonzepte im Kiez
- 12 Interview — Werbeträger
Tragetasche
- 14 Kölle Zoo:
Natürliches Ambiente im
Tierbedarf
- 16 Interview — Erlebnisswelt
stationärer Handel
- 18 Digitale Muster im Einsatz
- 19 Neulich an der Kasse
- 20 Aus dem Handel — Ein Held,
wer's selber macht

- 22 Hildegard Brauckmann:
Große Emotionen für den PoS
- 22 Aus der Konsumentenpsy-
chologie — Ein Duft liegt in
der Luft
- 23 Verpackungen im Fokus
- 15, 20 Ladengeflüster

Markenführung

- 24 Recht — Designer und ihre
Rechte
- 25 Nachhaltigkeit — Der Mikado-
Effekt oder: Stillstand statt
Wettbewerb

Portrait

- 26 crossactive:
Ergebnisorientiert auf
Augenhöhe

TopThema

- 28 Kosmetiktrends:
Pflege aus Freude am Ritual
- 29 Zwischen Versprechen und
Gütesiegeln: Gesamtkonzept
Kosmetik(verpackung)
- 30 Noelie:
Zusammenspiel von absoluter
Perfektion
- 31 Naturkosmetik – Aufruf zum
Handeln



32 Dr. Hauck Kosmetik:
Verpackung unterstützt
Erfolgsgeschichte

33 ADF/PCD/PLD:
Messe-Trio

34 Globe Soap:
Der Weg zur guten
Verpackung

35 Lioba Skincare:
Offenheit und Transparenz

36 Interview —
Kosmetikverpackungen:
Neue Perspektive

37 Pflege, Wohlbefinden,
Natürlichkeit

Entdeckt

38 Luxe Pack Monaco 2019:
Neue Lösungen für
Premiumverpackungen

40 Titelgestaltung 2019:
Nicht jeder hat die Queen
auf dem Titel ...

41 Kleine Änderungen – große
Wirkung

46 Kleine Wahrheiten — Über
die Bitmap

47 System neu denken – how to
dare

49 Entdeckungen

Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt:
Andreas Toltz, Henrik J. Rehse,
Nick Dormon, Madeleine Weiss,
Jonny Westcar, Christian U. Weis,
Daniel Knies

Ticker:

25 Agentur-Ticker

25 Ausgezeichnet

25 Veranstaltungen

25 Wettbewerbe

41 Schlaglichter

51 Lesen & Nachschlagen

42 Börse Packungsdesign

48 Verpackungsservice

50 Vorschau

50 Impressum



Titelbeschreibung:

Wie und mit welchen Marketing-Konzepten werden Produkte am PoS inszeniert – welche Handelswelten stehen dahinter? Mit dieser Frage hat **Donkey** eine idealtypische Inszenierung geschaffen, geprägt von Leichtigkeit, Transparenz und Licht. Die Glaskuben entwickeln ein geradezu streng grafisches Schattenspiel, das dem puristischen Packaging der pflegenden Kosmetikprodukte als Basis dient. — www.donkey.de | Foto: Christian Lohfink



Der Titel wurde in Zusammenarbeit mit **Einsatz Creative Production** ausgefeilt und reingezeichnet. Seit Jahren ist Einsatz Partner von Donkey und spielt nicht nur bei dieser Titelgestaltung, sondern auch bei der Produktion zahlreicher Verpackungen eine tragende Rolle. Von der Reinzeichnung bis zur Abwicklung der Produktion — www.einsatz.de