

Inhalt kreativ verpacken 1/2016

Schwerpunkt

- 8 Es war einmal ...
- 9 Mönch in Zäsur
- 10 Interview — Duty-Free-Handel: Geschenke für Reisende immer wichtiger
- 11 Mintel — Sharing opportunities
- 12 Berufung zur Verführung
- 15 Freude teilen
- 16 Knusprige Früchte
- 16 Kuchen aus der Dose
- 17 Innovationen aus den Unternehmen
- 13 Kurzes zum Thema

Markenführung

- 19 Aus der Konsumentenpsychologie — Kopfkino mindert Geschmackserlebnis
 - 20 Digitale Innovation — Die Zukunft gehört den Mutigen
 - 21 Recht — Gut im Geschäft: Erfolg durch E-Commerce
 - 22 Eierverpackungen der Eggstraklasse
- Portrait**
- 24 Depot WPF: Investition mit Herz und Seele

TopThema

- 26 Wo shoppen wir morgen? Wer überleben will, muss sich bewegen
- 28 Interview — Einzelhandel: Entscheidung mit klarem Blick gefragt
- 29 Geänderte Rollen, geänderte Ziele
- 30 Einkauf als mediales Erlebnis
- 31 Interview — Klebstoffe: Stille Arbeitstiere in Verpackungen
- 32 A gift for smart shopkeepers: Easy access to online marketing
- 33 Kurzes zum Thema



Entdeckt

- 34 Zwischen Curry und Couture
- 36 So viel Frucht macht Appetit
- 37 Aufmerksamkeit stärken!
- 37 epda:
Magie von Design
- 38 Vernetzte Designkultur
- 39 Position — Folienkaschierung
auf höchstem Niveau
- 39 Kleine Wahrheiten —
Wege zu Metallic-Effekten
- 35, 44 Entdeckungen

Standards

- 3 Editorial
 - 6 *creativ verpacken* fragt:
Roman Kasischke, Bernd Zipper,
Thorsten Winterheimer,
Rolf-Günter Bultmann,
Tim Buschmann, Markus Oeller,
Julian Jost
 - 47 Lesen & Nachschlagen
 - 40 Börse Packungsdesign
 - 45 Verpackungsservice
 - 46 Vorschau
 - 46 Impressum
- Ticker:
- 18 Agenturen
 - 18 Ausgezeichnet
 - 18 Wettbewerbe
 - 18 Veranstaltungen



Titelbeschreibung:

Immer ein spannendes Zusammenspiel von Farbe, Form und Material. Immer ein Appell an alle unsere Sinne: Sehen, Fühlen, Schmecken. Immer eine Verführung nach dem Muster: Die Neugier wecken, das Zugreifen fördern und dann den Kaufwunsch stärken. Das zeigt das Titelmotiv der aktuellen Ausgabe von *creativ verpacken*, das sich die Kreativen von **KH Design** aus Offenbach erdacht haben.
— www.khdesign.de


 **feldmuehle**

Der Umschlag wurde gedruckt auf Media Card C2S 250 g/m² von der **Feldmuehle Uetersen**. Media Card – The Silky Smooth Operator – ist ein gestrichener Zellstoffkarton, der mit einer doppelt seidenmatt gestrichenen Oberfläche auf einer oder zwei Seiten angeboten wird. Die hochweiße, helle und seidenmatt glatte Oberfläche ermöglicht brillante Druckergebnisse. Aufgrund seines spezifischen Volumens und seiner Steifigkeit eignet sich Media Card für eine Vielzahl von Verpackungen und grafische Anwendungen, wie Faltschachteln, Spielkarten, Einkaufstaschen, Postkarten oder Umschläge.
— www.feldmuehle-uetersen.com