

# Inhalt kreativ verpacken 1/2017

## Schwerpunkt

- 8 Bewusstes Genießen
- 9 **Booja Booja: Mit Verpackung Spieltrieb ansprechen**
- 10 Marken im Wandel der Bedürfnisse
- 12 Mintel — Convenience and portion control
- 13 Das gewisse Etwas
- 14 Wenn eine Idee einschlägt
- 14 Eindeutiger Farbcode
- 15 Mit grafischer Raffinesse
- 17 Süßwarenverpackungen im Fokus
- 16 Süßwaren im Blick

## POS kommunikativ

- 18 Veränderte Fast-Food-Kultur verwandelt Verpackung
- 19 Komm, wir essen Opa
- 20 Einladende Messestände

## Markenführung

- 22 Recht — Den Riegel vorgeschoben
- 23 Digitale Innovation — Darwinismus im Zeitalter der Innovationskulturen

## Portrait

- 24 Djermeister und Lindner: Packungsdesign muss überzeugen

## TopThema

- 26 **Trendforschung: Alle Konsumbereiche neu denken**
- 27 Future Days
- 28 Aus der Konsumentenpsychologie — Der Realität auf der Spur



- 29 Trendtreiber Food:  
In aller Munde
- 30 Nächste Generation E-Kunde
- 30 Vom Muster-Pool profitieren
- 31 **Trends in der Praxis: Design-  
Inspiration und -Motivation**

### Entdeckt

- 32 Tokyo Pack 2016:  
Packed with character
- 34 Interview — Milan is a real  
luxury hub
- 35 Lösungen: Mineralölmigration

- 35 Heißes Eisen Veredelung
- 36 Perlglanz in der kreativen  
Anwendung
- 37 Kleine Wahrheiten —  
Flexodruck einfach erklärt
- 37 Verpackung im Sinne der  
Natur
- 38 Unbekanntes Asien?
- 38 Area of Taste!
- 39 Position — Verpackungs-  
proofs und Mock-ups mit  
besonderem Touch
- 44 Entdeckungen

### Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt:  
Christine Hellenkamp,  
Erol Kaynak, Irma Sachs,  
Dominik Schoch, Sabrina  
Schulte-Derne, Tobias Blume,  
Frank Breuer

### Ticker:

- 21 Agenturen
- 17 Ausgezeichnet
- 21 Veranstaltungen
- 21 Wettbewerbe
- 47 Lesen & Nachschlagen
- 40 Börse Packungsdesign
- 45 Verpackungsservice
- 46 Vorschau
- 46 Impressum



### Titelbeschreibung:

Trends sind für Designer Startpunkt und Ziel der Arbeit – denn was ist der Trend ohne Design? Der Trend für 2017 zeigt geometrisch strenge Muster, jedoch eingebettet in Farben, die an eine vergangene Ära erinnern; minimalistische Formen, die **Markenliaison**, München, jedoch als Handskizzen als zugänglich und vertraut präsentiert. Die scheinbaren Gegensätze der aktuellen Trends werden von den Kreativen der Agentur gefiltert, interpretiert und gestaltet bis ein kohärentes neues Gefüge entsteht – als neuer Startpunkt. — [www.markenliaison.com](http://www.markenliaison.com)



storaenso

Der Karton für den Umschlag dieser Ausgabe wurde von **Stora Enso** hergestellt – dem Verarbeiter erneuerbarer Rohstoffe. Es handelt sich um Performa White 240 g/m<sup>2</sup>, einen Faltschachtelkarton mit gestrichener Rückseite, der sich für die Verpackung empfindlicher Produkte, wie Schokolade, eignet. — [www.storaenso.com](http://www.storaenso.com)