

# Inhalt kreativ verpacken 3/2018

## Schwerpunkt

- 8 Momente für sich
- 9 Verzaubernd verpackt
- 10 Charlotte Meentzen: Verpackung im Dienst der Schönheit**
- 12 PCD 2018: Buntres Treiben in Paris
- 14 Naturkosmetik – Blütezeit für Designs
- 15 Natürlichkeit par excellence
- 16 Erfrischung auf den ersten Blick
- 17 Im Zeichen des Glücksboten
- 19 Schön wie eine Kaiserin
- 20 Pflege für den Bart
- 20 Liaison aus Duft und Edelsteinen
- 21 Kosmetik ausgezeichnet verpackt
- 22 Mintel — What beauty shoppers like
- 23 Welt der Kosmetikverpackung
- 25 Konzentriert im Handeln
- 18, 24 Salongeflüster

## PoS kommunikativ

- 28 Tax Free World: Basar für die Sinne
- 29 Richtungsweisende Handelskonzepte
- 30 Edeka: Digitale Inszenierung mit Emotion**
- 31 Interview — Leuchtkonzepte für den Point of Experience

## Markenführung

- 32 Umschlagprojekt: Philosophie der Herangehensweise



- 34 Nachhaltigkeit — Aus der Not zur Chance
- 34 Aus der Konsumentenpsychologie — Veredelte Belohnungen
- 35 Recht — Markenschutz in 3D
- 36 Disruptive Thinking — Perspektivenwechsel staatlich organisiert

#### Portrait

- 38 Albertson Markenbande: Werte honorieren

#### TopThema

- 40 Hohe Qualität inszenieren
- 41 Vom Kunsthandwerk zur Verpackungsveredelung
- 42 Die zwei Gesichter des Luxus
- 44 Maison Kaviari Paris: Komplett neu aufgestellt
- 45 Packaging Première – zweite Auflage

#### Entdeckt

- 26 Neue Materialien
- 37 Neues aus den Unternehmen
- 46 Glänzende Aussichten für die Heißfolienprägung
- 52 Entdeckungen

#### Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt: Sebastian Beck, Barbara Gavazzoli, André Wilps, Joana-Maria Bauchwitz, Florian Zeifelder, Won Chung, Michael Grandel

#### Ticker:

- 47 Agentur-Ticker
- 47 Ausgezeichnet
- 47 Wettbewerbe
- 47 Schlaglichter
- 55 Lesen & Nachschlagen
- 48 Börse Packungsdesign
- 53 Verpackungsservice
- 54 Vorschau
- 54 Impressum

41



#### Titelbeschreibung:

Natur. Kosmetik. Umweltbewusstsein. Kohle für unsere Haut, Birkenwasser für unsere Haare oder Kokosnuss für unsere Lippen. Eine neue Range der Naturkosmetik ist geboren. Sie ist authentisch, schön, echt und hat nichts mehr mit Öko-Denken zu tun. Die Packagings für die natürlichen Wunderprodukte sollen erzählen, woher sie kommen, die Schönheit repräsentieren, sowie zeigen, wie viel Wissen und Wirksamkeit darin enthalten sind. Und genau dieses Zusammenspiel können wir in den Regalen bestaunen, meinen **Win Creating Images**, Berlin, zum Entwurf ihres Titelbildes. — [www.win-ci.de](http://www.win-ci.de)

Gedruckt wurde der Umschlag im Offsetdruckverfahren bei **Eberl Print** in Immenstadt mit speziell dafür gemischten Folienfarben und einem matt glänzenden Dispersionslack. Anschließend erfolgte – als letzte Veredelungsstufe – die Heißfolienprägung mit transparenter Diffraktionsfolie. — [www.eberl.de](http://www.eberl.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 die Qualität Chromolux pearl, 250 g/m<sup>2</sup>, die sich durch ihre edle Perlmutter-Optik auszeichnet. — [www.zanders.com](http://www.zanders.com)