

# Inhalt kreativ verpacken 5/2017

## Schwerpunkt

- 8 Show der Newcomer
- 9 Rumble Harbor:  
Rum mit Packungsraffinesse**
- 10 Dalston's Case Study:  
From niche to established  
brand
- 11 Mit Genuss die Welt  
verbessern
- 12 Gin-Phantasien
- 14 Rahmen mit Stil
- 14 Tee auf Kärtchen
- 15 Position — Pozzoli verpackt  
Valdo 90
- 15 Aus der Konsumentenpsycho-  
logie — Rundliches Glas = star-  
kes Bier

- 16 Mintel — Attention to  
packaging formats
- 18 Ideale Getränkeausstattung  
für Craft Beer?
- 19 Happy hour
- 11, 17, 18 Kurzes zum Thema

## PoS kommunikativ

- 20 Von Wasserkugeln, Mikro-  
drink-Würfeln und einem  
Pfandproblem ...
- 21 Hannover setzt  
Becher-Akzente

## Markenführung

- 22 Digitale Innovation —  
Die Zukunft ist nicht vorher-  
sehbar
- 23 Neuerungen im Fokus
- 24 Recht — Bestens im Bilde
- 25 Erfrischender Titel – raffiniert  
veredelt

## **26 *creativ verpacken* dialog 2017: Verpackung auf dem Catwalk**

## Portrait

- 28 EILKEN brand building:  
Design als Führungsaufgabe



**TopThema**

- 30** Gesellschaftlich engagiert: Produkte mit Visionen
- 32** Verantwortung als Handlungsmaxime
- 34** Würdigung von Weltverbessern

**Entdeckt**

- 36** Innovationsmotor für nachhaltige Verpackung: Circular Economy
- 37** Position — Auf dem Weg in die digitale Zukunft

- 38** Plattform für junge Kreative
- 39** 24 Türchen voller Überraschungen
- 41** Packaging Premiere 2017: Erfolgreicher Start
- 42** Outthink Innovation: Neue Impulse für Innovationen
- 42** Viscom 2017: Verpackung stark im Fokus
- 43** Sensationell Neues
- 48** Entdeckungen

**Standards**

- 3** Editorial
- 6** *creativ verpacken* fragt: Evelin Kurz, Dieter Hauser, Martina Dittus, Björn Scholtz, Uwe Dierking, Sven Carsten Alt
- Ticker:
- 43** Agentur-Ticker
- 43** Veranstaltungen
- 43** Wettbewerbe
- 40** Lesen & Nachschlagen
- 44** Börse Packungsdesign
- 49** Verpackungsservice
- 50** Vorschau
- 50** Impressum



**Titelbeschreibung:**

Jeden Sommer ein neues Trendgetränk: Von Sprizz, Pimm's Cup über Hugo zu Rhabarberschorle und Spa-Water – da weiß man gar nicht, was man in dieser Saison am besten bestellen soll. Das Coverdesign von **Markenliaison**, München, zeigt, wie Zitronenwasser leicht selbst zu machen ist: Technology trifft Zitronenwasser! Es ist Sommer! — [www.markenliaison.com](http://www.markenliaison.com)



Zusatzinhalte werden über das Smartphone kommuniziert (der Leser scannt einfach den NFC-Chip), während das Cover die Kernbotschaft mit einem Aufbau von handgezeichneten Illustrationslayern, teils mit Letterpress-Prägung, transportiert: Gedruckt und veredelt wurde der Umschlag von der **Wolf-Gruppe**, Ingelheim. — [www.wolf-ingelheim.de](http://www.wolf-ingelheim.de)

**Ensocoat 2S™** Das Material für den Umschlag dieser Zeitschrift wurde von **Stora Enso** hergestellt – dem Verarbeiter erneuerbarer Rohstoffe. Es handelt sich um die Sorte Ensocoat 2S™ mit einem Flächengewicht von 240 g/m<sup>2</sup>. Ensocoat bietet jetzt noch höhere Weiße und eine noch schönere Blautönung. Ensocoat – Engagement für Luxus. — [www.storaenso.com](http://www.storaenso.com)