

Inhalt kreativ verpacken 6/2017

Schwerpunkt

- 8 Verpackung als Spiegel des Produkts
- 9 Luxusverpackungen maschinell fertigen
- 10 Nachhaltigkeit will gelebt werden
- 12 Kiko: Fresh Packaging Ideas**
- 13 Tiefstes Schwarz für Kunststoffe
- 14 Im Dienst des Duftes
- 16 Nostalgie erschafft edlen Look
- 17 Qualität in Druck & Veredelung
- 18 Edel vom Muster bis zur Serienreife
- 19 Innovation als größte Tradition
- 20 Markenversprechen halten

- 21 Position — »RAMMSTEIN: Live in PARIS«
- 22 RGB-Druck: Die Revolution geht weiter
- 24 Lust auf Duft?!?!?!
- 25 Challenging the status quo
- 26 Japanische Tradition trifft westliche Moderne
- 27 Wie unterscheiden sich Luxuskäufer?
- 27 Position — Premium-Geschenkset der STI Group
- 28 Mintel — Trends in premium packaging
- 29 What makes a luxury impression?
- 29 Kleine Wahrheiten — Siebdruck einfach erklärt
- 21 Erlebnis Veredelung

PoS kommunikativ

- 32 Alles. Besonders. Schön.
- 33 Galerie der Düfte
- 34 Position — Eine neue Dimension: Verkaufsverpackungen im virtuellen 3D-Test
- 36 Kundenbedürfnisse im Fokus
- 37 Dunkel war's ...
- 38 Projektionsbasierende PoS-Aufsteller

Markenführung

- 39 Aus der Konsumentenpsychologie — Der Schein darf trügen
- 39 Position — Wie versenden wir Gefühle von A nach B?
- 40 La Violla: Emotional Branding**
- 41 Recht — Pitches I: Rechtlich fit für den Wettkampf



42 Digitale Innovation —
Verpackung im Zeitalter von KI
und Automatisierung

Portrait

44 Lambrecht:
Synonym für Kreativität

TopThema

46 Von der Luxuswelt lernen ...

46 Let's Luxurise

48 Magische Kraft verpacken

50 Interview — Duftkollektion
raffiniert dekoriert

52 Ruinart: Limited Edition

53 Position — Mit MPack schon
mittendrin im Weihnachts-
business

54 Duft der Steine

55 Ersatzteile in der Flasche

56 Was ist Luxus!?

58 Aus dem Labor der Natur

59 Anmut von Porzellan

60 Frauen, Düfte, Flacons –
Begegnungen

Entdeckt

30 Neue Materialien

62 Vernetzen der Packaging-
Fachleute

63 Spürbare Marken-
Authentizität

68 Entdeckungen

Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt:
Iris Brugger, Sebastian
Fischenich, Steven de Cleen,
Ilva Partzsch, Luc Bütz,
Volker Riedle

Ticker:

63 Agentur-Ticker

63 Ausgezeichnet

63 Wettbewerbe

43 Lesen & Nachschlagen

64 Börse Packungsdesign

69 Verpackungsservice

70 Vorschau

70 Impressum



Cover description:

A touch of luxury is a common saying. But what exactly does this mean? A noble fragrance, which almost sneaks into our subconscious mind and can take us to other times and places? Scept is completing our visual world of experience and gives packaging and print media a special touch. Those taking the cover in their hand and following the instruction »Rubb'n Sniff« open themselves another dimension of the magazine: that of a sensual experience. That is how of the packaging design agency **Markenliaison**, Munich/Germany, describes its cover idea, which has been finished with a scent of **Schubert International**, Utting/Germany. — www.markenliaison.com | www.schubert-international.com



Ensocoat 2S™ Ensocoat 2S™ by **Stora Enso**, 300 g/m².
Ensocoat is a renewable and recyclable board for luxury packaging and graphical applications, which now offers even higher whiteness and attractive bluish shade. Ensocoat – commit to luxury. — www.storaenso.com