

# Inhalt kreativ verpacken 3/2019

## Schwerpunkt

- 8 Der Körper wird zur Leinwand
- 9 Kosmetik – natürlich, edel verpackt
- 10 Innovationen als Zukunftsmotor
- 11 Pflege mit Gemüse
- 12 Demak'Up: Mehr Emotion am PoS**
- 13 Mit Freude nachhaltig leben
- 14 ADF & PCD: Brillanter Messeverlauf mit Überraschung
- 16 Mode und Duft: Was trägst Du?
- 18 Beauty in the Eye of the Beholder

- 19 Auf Routen Neuheiten entdecken
- 20 Erlaubt ist, was gefällt
- 19 Kosmetik inszeniert
- 17, 21 Basar für die Schönheit

## PoS kommunikativ

- 24 Berger Feinste Confiserie: Genuss im Fokus**
- 25 Aus dem Handel — Simply the best – Stores of the Year 2019 auserkoren
- 25 Flower Power im Regal

## Markenführung

- 26 Recht — Doppelt schützt mitunter besser
- 27 Nachhaltigkeit — Gut gemeint – schlecht verpackt!
- 27 Aus der Konsumentenpsychologie — Macht Schönheitsaufwand unehrlich?

## Portrait

- 28 Lewis Moberly: Auge, Herz und Verstand gewinnen



## TopThema

30 Wieviel Premium sollte ein Produkt ausstrahlen?

30 Champagner: Vielfalt kleiner Weingüter

32 Italien: Höchste Gastfreundschaft zwischen Reben

34 Barocke Botschafter

36 Ein Würfel voller Raffinesse

37 A green heart inside

38 Spiel mit Farbe und Geschmack

38 Stolze Herkunft

40 Celebrating the Elemental: Nature as a Muse

42 Ein Lächeln aufs Gesicht gezaubert

43 Die besondere Verpackung

## Entdeckt

22 Neue Materialien

44 Positive Emotionen mit Print

44 Luxusverpackung und Kunst vereint

45 Werben und Verkaufen neu geordnet

50 Tee als Novum

53 Neues Gesicht am Frühstückstisch

51 Entdeckungen

## Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt: Yvonne Diedrich, Benedikt Irniger, Sabine Beer, Sabine Funk, Ulrike Clormann, Michael Krapp, Annette Steiner-Kienzler

Ticker:

35 Agentur-Ticker

35 Ausgezeichnet

35 Veranstaltungen

35 Wettbewerbe

41 Schlaglichter

55 Lesen & Nachschlagen

46 Börse Packungsdesign

52 Verpackungsservice

54 Vorschau

54 Impressum



## Titelbeschreibung:

Die neusten Toni-Gard-Düfte GRL PWR und A BETTER MAN sind für junge Powerfrauen und den modernen Gentleman. Zwei Lebensgefühle nah am aktuellen Zeitgeist. Ein modernes Ying und Yang. Knalliges Rot, gepaart mit Pink, vermitteln visuell die Energie zu: »Lass dir von niemandem reinreden!«. Der klassisch elegante Schwarz-Weiß-Kontrast bildet die Welt für die Aufforderung: »Sei ein besserer Mann!«. Titel wie auch die Verpackung gestaltete Donkey, Hamburg — [www.donkey.de](http://www.donkey.de)



Der Titel wurde in Zusammenarbeit mit **Einsatz Creative Production** ausgefeilt und reingezeichnet. Seit Jahren ist Einsatz Partner von Donkey und spielt nicht nur bei dieser Titelgestaltung, sondern auch bei der Produktion zahlreicher Verpackungen eine tragende Rolle. Von der Reinzeichnung bis zur Abwicklung der Produktion — [www.einsatz.de](http://www.einsatz.de)