

1 Sponsoren von links:

Adolf Ahrens und Sara Lina Jungnickel, beide Wipak Walsrode, Thomas Schmidt, Jokey Plastik, Martin Greb, DS Smith Packaging, Markus Weber, Merck, Claudia Tillmanns, Du Pont de Nemours, Peter Clauter, Merck, Wilhelm Luchten und Mark Ponert, beide Stora Enso, werden von Ute von Buch vorgestellt.

16. creativ verpacken-Dialog

Momente der Wahrheit

Markenpflege heißt, Sinn zu stiften und den Nutzwert der Produkte zu erhöhen. Es gilt, sich von seiner besten Seite zu zeigen und damit dem Verbraucher ehrlich gegenüber zu treten. Darüber wurde diskutiert beim 16. creativ verpacken-Dialog am 18. Juni 2015 in Berlin.

— von Ramona Müller

Laut Sommerluft und eine idyllische Gartenanlage luden am Vorabend der Konferenz zu einem fröhlichen Grillfest ein. Ein Kennenlernen am mit Grillgut belegten Feuertisch war ein Leichtes und der Einstieg in einen tiefer führenden Gedankenaustausch bereitet. Bereits hier wurden gemeinsame Projekte verabredet. Der Konferenztag hielt ein Wechselspiel aus praxisorientierten Themenparks und Referaten bereit. In den Vorträgen erfuhren die Teilnehmer unter anderem von Marco Però, The Honeycator Company, welche Inspirationen für die Gestaltung von Packungsdesign aus Produkten gezogen werden können, die ohne Verpackung auskommen. Mit viel Herzblut und mitreißenden Geschichten fingen Goedele Matthyssen von der Confiserie Felicitas und die Designerinnen von Seidelmeißner die Zuhörer ein, als sie berichteten, wie ihre Schokoladenprodukte zum Träger von regionaler Identität wurden. Line Kerrad, Stratégir, erklärte, welche Momente der Wahrheit eine Verpackung hat. Den Duft zum Ich machen, darum geht es Stefanie Hanssen, die mit ihrer Parfumanufaktur Frau Tonis Parfum soviel Erfolg hat, dass sie sich plötzlich als Kooperationspartnerin großer Unternehmen wie Volkswagen und Kadewe sah.

Fit für die Praxis

In den Pausen bestand die Möglichkeit, Expertenwissen und neueste Entwicklungen im Bereich Verpackung bei den Sponsoren des Dialogs zu erfahren. Eben solche Spezialisten auf ihren Gebieten waren in den Themenparks anzutreffen. Eine Grundlage zum Marken- und Designrecht gepaart mit praktischen Beispielen und Tipps gab Patentanwalt Andreas Thielmann von der Düsseldorfer Kanzlei Cohausz & Florack den Teilnehmern mit auf den Weg. Ein Modell zur systematischen Analyse und Gestaltung von Verpackungen bot der Konsumentenpsychologe Sebastian Haupt, Hauptwissen / Touchmore, mit dem sogenannten Ariva-Modell an, das in kleinen Gruppen erprobt wurde.

Die Konferenz unter dem Motto »Zeig' dein wahres Gesicht – Wie Verpackung die Produktbotschaft transportiert« ermöglichte den Teilnehmern einen Einblick in das aktuelle Marktgeschehen und den Markt begleitende Vorgänge. Erneute Gelegenheit zum vertiefenden, fachlichen Austausch und Netzwerken bietet sich wieder am 17. Juni 2016 in Berlin beim creativ verpacken-Dialog 2016. 

2 Ausgelassene Stimmung am Feuertisch (von links nach rechts): Marco Però, The Honeycator, Ramona Müller, Ute von Buch, Sabine Schweizer, Steffi Kuper, Dietrich von Buch, alle creativ verpacken, Uwe Braun, Der Küchenladen, und Mark Ponert, Stora Enso.

3 Claudia Tillmanns, Du Pont de Nemours, und Marco Però, The Honeycator, in guter Stimmung.

4 Wilhelm Luchten, Stora Enso, Adolf Ahrens, Sara Lina Jungnickel, beide Wipak, und Andreas Thielmann, Cohausz & Florack, haben eine grüne Kulisse für ihre Gespräche gefunden (von links). Im Hintergrund Monika Dürer, Einzelhandelsverband Nord, und Dietmar Baumeister, Erich Baumeister GmbH.

5 Petra Lassahn, Reed Exhibitions, Caroline Zöller, Forteam Kommunikation und Line Kerrad, Stratégir, im fachlichen Austausch (von links).

6 Jens Johannsen, Fixum Creative Technology, (links) und Michael Heintschel, Heintschel, tauschen sich am Vorabend aus.

7 Jo van den Berg, Atelier van den Berg, Steffi Kuper, creativ verpacken, und Rainer Carqueville, Pirlo, vertieft in einer Unterhaltung (von links).





8 Gab in seinem Referat einen Einblick in den Kosmetikmarkt im Nahen Osten: Nasyr Birkholz, BB by Berlin. Rechts daneben Conny Kranz, BB by Berlin, und Kathleen Arenz, Coveris Rigid.

9 Felix Schemmel, Lidl, wird von Sabine Schweizer, creativ verpacken, vorgestellt.

10 Im Austausch über Verpackungskonzepte Karl-Reiner Müller, Eichwald Eins, Jo van den Berg, Atelier van den Berg, und Goedele Matthyssen, Confiserie Felicitas (von links).

11 Michael Heintschel, Heintschel, lässt sich von Marion Seidel, Seidelmeißner, die Gestaltung der Produkte der Confiserie Felicitas erklären.

12 Gute Stimmung im Themenpark bei der Vorstellung der Ergebnisse der Gruppenarbeit: Sebastian Haupt, Hauptwissen, Ute von Buch, creativ verpacken, Maxi Meißner, Seidelmeißner, Steffi Kuper, creativ verpacken, und Goedele Matthyssen, Confiserie Felicitas.

13 Marco Però, The Honeycator, (rechts) informiert sich bei Markus Weber über die Angebote von Merck.

