

Inhalt kreativ verpacken 6/2020

Schwerpunkt Getränke

- 8 Vielfalt im Getränkemarkt
- 9 Hiding Spot Brewery: Versteckter Humor
- 10 Coffee packagings and their mission
- 11 Africa's Best: Premium-Tees aus Tansania
- 11 Windspiel: Leichtigkeit und Harmonie
- 12 Wine & Spirits Virtual Fair: A Day at a Virtual Tradeshow
- 13 Brauerei-Kultur: Bier braucht Charakter
- 14 Sernova: Vodka with a shiny silver star
- 15 Sahnehirsch: Lust auf Neues

Markenführung

- 16 Hochschule: Eier neu verpackt
- 18 Recht — Einzigartigkeit will geschützt sein
- 19 Nachhaltigkeit — Was ist eigentlich Ecodesign?

Portrait

- 20 SAUER Markenstylisten: Herzensangelegenheit Verpackung



PoS kommunikativ

- 22 Bio Rinatura:
Vollwert trifft Feinkost:
Wie Bio heute geht ...
- 23 Hans®:
Verpackung und Inhalt als
Einheit
- 23 Aus dem Handel — Digitalisie-
rung als Chance

Entdeckt

- 28 Entdeckungen

Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt:
Alexander Klaus, Michael Speer,
Mareike Spitzer, Henning Schmidt,
Roland Braza
- 31 Lesen & Nachschlagen
- 24 Börse Packungsdesign
- 29 Verpackungsservice
- 30 Vorschau
- 30 Impressum

11

**Titelbeschreibung:**

Durst löschen muss schnell gehen. Wenn der Durst dann auch noch geschmackvoll gestillt wird, entsteht nach dem GLÜCK, GLÜCK wohltuendes GLÜCK. Design für Getränke muss schnell funktionieren und kommunizieren. Der Zugriff auf eine Getränkeverpackung erfolgt in einem Augenblick. Das »Sekunden-Design« des Covers und das Versprechen auf ein glückliches Ende des Dursts gestaltete Heintschel®, Freising. — www.heintschel.haus