

creativ *verpacken*

Packaging Design Marketing September 2021 / 5
191. Ausgabe
A 42311



Roséwein:

Mit Testimonials nach vorne

Bama:

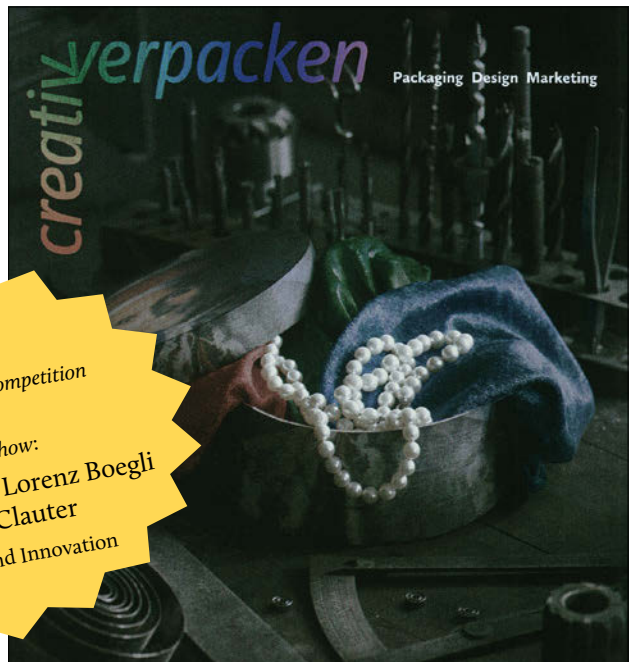
Schuhpflege mit USP

Illustration:

Hingucker (nicht nur) im Packungsdesign

Getränke

W E G E F I N D E N



Winner
SGIA 2018
Golden Image Awards Competition
&
Fespa 2019
Gold & Best in Show:
Atelier für Siebdruck, Lorenz Boegli
Merck, Peter Clauter
für Druckqualität und Innovation



Das **Abo.**

WWW.CREATIVVERPACKEN.DE

Dietrich v. Buch

Verleger



Inge v. Buch

Herausgeberin

Die Welt steht Kopf

Man stelle sich eine Welt vor, in der alles seinen Platz und seinen Sinn hat: Alle leben in Freiheit und Wohlstand, jeder bringt sich nach seinen Fähigkeiten ein. Ein harmonisches, freundliches Miteinander ist die Folge. Klingt das nicht geradezu erstrebenswert, ja idyllisch?

Stattdessen erleben wir: Umsatz maximieren durch Story Telling. Digitale Konzerne mit Partnerschaften weiter stärken. Noch mehr Sinne aktivieren, um den Umsatz voranzutreiben. Immer weiter, immer höher, immer größer ... Kundenorientierung wird zur Schraubzwinge, in der sich der Käufer windet.

Doch etliche Verbraucher haben keine Lust mehr auf diese Szenarien. Auf Wachstum als Leuchtturm des Kapitalismus. Dennoch wird der Umbau unseres Wirtschafts- und Politiksystem von einigen Wenigen vorangetrieben zu einer Gesellschaft, in der der selbstbestimmte Mensch kaum noch Platz findet. Willkommen in der Neuen Welt!

Aber es gibt Andersdenkende. Es gibt Unternehmen und Produkte, die den Käufer überzeugen, statt ihn zu manipulieren. Es gibt Menschen, die über ihr Leben in der Tretmühle nachdenken und neue, engagierte Wege beschreiten. Viele kleine und kleinste Unternehmen, oft Familienbetriebe, zeigen, was in Gastronomie oder Herstellung möglich ist. Ob Lebensmittel, Getränke oder Kosmetik – sie betreuen ihre Kunden mit Charme und Engagement, bieten das an, von dem sie überzeugt sind: Produkte, die schmecken und/oder gut tun. Ihre Flexibilität besteht darin, auf den Kunden und seine Bedürfnisse einzugehen. Ein großes Plus auf einem richtigen Weg.

Ist uns eigentlich klar, dass das Hamsterrad stehen bleibt, wenn wir stehen bleiben? Oder dass es langsamer läuft, wenn wir langsamer laufen? Sind wir nicht die Entscheider über den Rhythmus in unserem Leben?

Es geht um ein *Ja* zum Leben – *Ja*, zu einer menschlichen Welt – raus aus der Tretmühle.

Ein Leuchtturm, der nur in Hetze erreicht wird, kann das Ziel nicht sein; der Weg dahin sollte entspannt bei vollem Bewusstsein der Sinne erfolgen.

Inhalt

Schwerpunkt Getränke

- 8

Vielfalt der Getränkebranche
- 9

Schmucker:
Der Bio-Pionier aus dem Odenwald
- 10

Bad Heilbrunner Naturheilmittel:
Interview — Mit Liebe zum Detail
- 12

Bruch mit Konventionen
- 13

Messing Weine:
Eleganz und Qualität
- 14

Krug Encounters:
Champagne for the purest pleasure
- 15

Clär de Lune:
Der Mond stand Pate
- 16

Kaffeefreuden
- 18

Roséwein:
Mit Testimonials nach vorne
- 19

Wagemut:
Interview — Vertrauen aufbauen
- 20

Schließen sich Luxus und Nachhaltigkeit aus?
- 21

Metsä Board:
Rundum nachhaltig
- 21

Etiketten im Fokus
- 22

Blenndis:
Formgebung, die ins Auge sticht

- 22

Unique Gin:
Wenn Gin fruchtig wird
- Markenführung
- 23

Recht — Kunststoff, ade!
Das Ende der Einwegverpackungen
- 24

Aus der Konsumentenpsychologie — Etikett kann Wahrnehmung verändern
- 24

Büttenpapierfabrik Gmund:
Wertigkeit betonen
- 25

Bama:
Schuhpflege mit USP

- 26

Nachhaltigkeit — Siegel & Zertifikate: Trügerische Sicherheit
- 26

Aus dem Handel — Gastronomie und Handel: Mixkonzepten gehört die Zukunft!
- 27

Igepa:
Trendthemen bei der Verpackung: Bunt als Lieblingsfarbe
- Portrait
- 28

alvons:
Marken zukunftsfähig machen

TopThema

- 30

Illustration:
Hingucker (nicht nur) im Packungsdesign
- 31

Vom Zauber schöner Bilder – Geschichte einer Leidenschaft
- 33

Individualität schaffen
- 34

Bilder, die Geschichten erzählen ... — Umfrage unter Illustratoren
- Entdeckt
- 40

Nachgefragt — Was sind oxyabbaubare Kunststoffe?
- 40

Kreislaufwirtschaft vorantreiben

Standards

- 3

Editorial
- 6

creativ verpacken fragt:
Nicolas Eilken, Tina Fuchs, Bernd Meisenheimer, Marc Wnuck, Eva-Maria Petersen, Marc Suxdorf
- 43

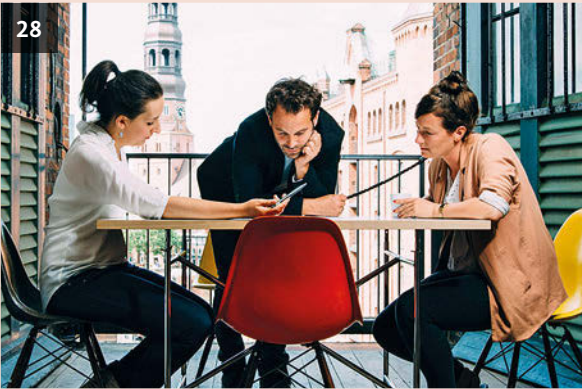
Lesen & Nachschlagen
- 36

Börse Packungsdesign
- 41

Verpackungsservice
- 42

Vorschau
- 42

Impressum



Titelbeschreibung:
Frische Trends und außergewöhnliche Marketingkampagnen gibt es auch bei Drinks. Mit und ohne Alkohol zielen die neuen Getränkekompositionen auf Wellnessbewusstsein und Lebensfreude. Kommuniziert wird dies vorrangig auf der Verpackung. Mit Storytelling, Events, Gewinnspielen und zusätzlichen Produktinformationen wird das Herz des Kunden gewonnen und die Marke dynamisch und authentisch präsentiert. **SGK**, Jülich, hat zahlreiche Möglichkeiten auf dem Titel bildlich zusammengefasst. — www.sgkinc.com

Metsä
Dieser Umschlag wurde im Digitaldruck auf der gestrichenen Faltschachtelkartonqualität **Metsä Board Prime FBB Bright** gedruckt, die aufgrund von ausgezeichneter Glätte, einem hohen Weißgrad, der gleichmäßigen Feuchtigkeit und guter Dimensionsstabilität ideal für dieses Druckverfahren geeignet ist. Die Produktion von Umschlägen, Grußkarten, Einladungen, Foldern und Direct Mailings erfordert heutzutage Flexibilität, und wenn Personalisierung mit überzeugender Haptik kombiniert wird, sind diese Eigenschaften die beste Grundlage, um Marketingbotschaften zu transportieren. Metsä Board Prime FBB Bright ist aus reinen Frischfasern, die in nachhaltig bewirtschafteten Wäldern angebaut und nach den höchsten Umweltstandards hergestellt werden. — www.metsagroup.com

Die Inapa Deutschland GmbH als Partner von Metsä steht für kleinere Bogen- und Rollengrößen oder dringenden Bedarf zur Verfügung. — www.inapa.com

Vielfalt der Getränkebranche

Geschmacksexplosionen, ungewöhnliche Inhaltsstoffe, originelle Kombinationen – das zeichnet Teile der Getränkeindustrie heute aus. Vor allem Start-ups beweisen eine Kreativität mit Manufakturcharakter, die ihresgleichen sucht. Mit großem Engagement und Ernsthaftigkeit sucht der moderne Entrepreneur seine Nische. Es ist ein interessantes Feld, **den Traum des eigenen Getränks zu verwirklichen**.

Und auch gestalterisch sind die meisten Getränke gut unterwegs: Mal ist das Design retro, mal modern, mal reduziert, mal üppig – hier zeigt sich die **Leidenschaft der Kreateure**, die sich ihren Traum verwirklichen und dabei auch den Auftritt am PoS professionell gestalten. Mal mit Alkohol, mal ohne – die (Geschmacks-) Vielfalt ist kaum zu toppen.

Und Vielfalt ist ebenfalls ein Merkmal der Kaffeeszene. Auch hier gibt es ständig neue Sorten. Wer zum Beispiel an einem Sommertag in einer Großstadt seine Runde dreht, wird Viertel finden, in denen sich Cafés und Imbisslokale abwechseln – und alle bieten Kaffee an, verschiedene Sorten der Hausmarke(n), oft auch zum Kauf. Es macht Freude zu probieren und die Unterschiede zu entdecken. Und meistens sind die zum Kauf angebotenen Sorten hübsch und besonders verpackt, so dass man **durch die Hülle zum Kauf verführt** wird. Und wer kennt das nicht: Die Verpackung ist so schön, dass man das Produkt ungeachtet des Inhalts kauft ...

Verpackung lädt ein, Verpackung verführt, Verpackung steht für den kreativen Inhalt – als Hingucker macht sie oft erst auf ein interessantes Produkt aufmerksam. Nicht nur in der Getränkebranche.

UvB



Die vollständige Version
dieser Ausgabe können
Sie im Online-Shop
des Lindenhof Verlag
käuferlich erwerben.

Spirituose & Karton – perfekte Symbiose am POS

Wählen Sie für Ihre hochwertige Spirituosenmarke eine edle Kartonsorte aus der **Spirit Compilation**, um am Point of Sale mit wunderbarer Haptik, Silberglanz, hoher Weisse oder beeindruckender 3D-Prägung zu punkten. Wir suchen die Rohstoffe dafür sorgfältig und so regional wie möglich aus. Sie stammen aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern oder enthalten Recyclefasern. Die Sammlung umfasst auch eine plastikfreie Silbersorte.

Fordern Sie noch heute Ihr Exemplar an.
www.kapag.com/spiritcompilation





Die vollständige Version
dieser Ausgabe können
Sie im Online-Shop
des Lindenhaus Verlag
käuflich erwerben.

creativ verpacken

Packaging
Design
Marketing | EDITION

AGENTUREN IM PORTRAIT / BAND 5

35 Agenturen,
**Schwerpunkt: Verpackung und Markenentwicklung,
 geben Einblick in ihre (Marken-)Seele,
 in Kreationen und Herangehensweisen;**
 ergänzend dazu:
Designagenturen-Verzeichnis –
die deutschsprachige Packungsdesign-Szene im Überblick

▼

Edition Agenturen im Portrait, Band 5

**Format A4, 100 Seiten,
 Umschlag kartoniert**
Preis Einzelheft: 29 Euro (inkl. MwSt. und Versand)
JETZT BESTELLEN!
Telefon: 033334-8520-0
E-Mail: shop@creativverpacken.de



Die vollständige Version
dieser Ausgabe können
Sie im Online-Shop
des Lindenhaus Verlag
käuflich erwerben.

Etiketten im Fokus

1 Unterstützen Etiketten beim Recycling?

Aber sicher! Die richtigen Etiketten und Sleeve-Lösungen für Verpackungen machen im Recycling einen großen Unterschied. Für maximale Recyclingquoten ist es essentiell, dass sich die Dekoration optimal von der Primärverpackung löst und die verschiedenen Materialien getrennt und wiederverwendet werden können. Die nachhaltige Produktfamilie von CCL LABEL lernen Sie hier kennen:

www.ccllabel.com/sustainability-products/

2 Mit »LabelSet Cuir« und »MatisSet

Cuir« kommt die FELDMUEHLE der steigenden Nachfrage nach nassfesten Etikettenpapieren mit außergewöhnlichen Oberflächen nach. Die neue Prägung »Cuir« verleiht dem Papier eine natürliche Struktur, entspricht dem Trend zu »Vintage-Look« und bietet ein Image, das auch die Umweltorientierung des Produkts und der Marke transportiert.

www.feldmuehle-uetersen.com

1



Foto: CCL Label

2



Foto: Feldmuehle

Faszination Illustration ...

Verpackungen müssen Geschichten erzählen. Doch wie gelingt das? Hier schlägt die Stunde der Illustration. *Bildergeschichten* haben die Menschen schon immer fasziniert. Die Begeisterung für Karikaturen oder Comics ist ungebrochen und nicht selten kann eine kleine Figur auf der Verpackung eine vielschichtige Geschichte erzählen. Das Tollste daran: Sie ist in ihrer Vielfalt kaum zu überbieten, denn jeder Betrachter findet *seine* Geschichte.

Es ist eine hohe Kunst, etwas vorzugeben und gleichzeitig die **Fantasie der Menschen zu eigenen Geschichten zu motivieren**. Eine Karikatur, die aus wenigen Strichen besteht und gleichzeitig eine Story erzählt, ist ebenso faszinierend wie ein detailreiches Bild, das nur darauf wartet, vollkommen entdeckt zu werden.

Doch es geht um mehr, als sich selbst mit hübschen Bildchen zu verwirklichen. Es geht darum, **mit der richtigen Tonalität die Sprache von Produkt und Auftraggeber zu treffen**. Insofern ist der Illustrator ein Dienstleister mit vielen Fähigkeiten und einem mannigfaltigen *Werkzeugkasten* der unterschiedlichen Stile. Vielfalt macht ihn aus: im richtigen Augenblick die passende *Gestaltungskarte* ziehen und der Produktverpackung so ein unverwechselbares Gesicht zu geben.

Letztlich gilt auch hier: Die Verpackung als Botschafter des Produkts muss mit ihrem Inhalt im Einkaufswagen landen. Wenn sie dann noch in der eigenen Küche die Mitglieder des Haushalts und Gäste zum Schmunnzeln bringt oder einen begeisterten Ausruf motiviert, dann könnte der Wiederkauf gesichert sein.

UVB

DRESDEN 01XXX
HAMBURG 20XXX

Gute Geschichten. Gut verpackt.

Wir können Packaging. Design. Konzept.
Und gute Kommunikation.

markenteam

markenteam werbeagentur gmbh
www.markenteam-dresden.de

HAMBURG 20XXX

DONKEY

DONKEY DESIGN GMBH
WEIDENALLEE 10B / D-20357 HAMBURG
P +49 (0)40.33 46 160-0
E A.BRANDT@DONKEY.DE
W WWW.DONKEY.DE

HAMBURG 20XXX
HAMBURG 22XXX

SABINE FUNK DESIGN

HAMBURG

www.sabinefunkdesign.com

HAMBURG 22XXX

brand.pack

design
experience

www.brandpack.eu
info@brandpack.eu
+49.40.855 075 80

HAMBURG 22XXX
BREMEN 28XXX
BIELEFELD 33XXX

NONFOOD

Wir leben und bieten
Handelsmarketing
von der Markt- und
Potenzialanalyse bis
zur Contentproduktion
im eigenen Fotostudio.

Für Non-Food und Food.

NONFOOD Werbeagentur GmbH
Tarpen 40, (ValvoPark, Haus 5b)
22419 Hamburg

+49 40 399 999 0
hallo@nonfood.de

DÜSSELDORF 40XXX
ESSEN 45XXX

baries

visionary
brand building

www.baries.de

BB BRAND BOUTIQUE

WIR LEBEN UND LIEBEN MARKEN

MARKEN-MANUFAKTUR FÜR
MARKETING STRATEGIE DESIGN

anne.luneau@brandboutique.biz
www.brandboutique.biz

elbedesigncrew

C

elbedesigncrew.de //
creating brand character

SAUER

MARKENSTYLISTEN

PACKAGING
BRANDS

FETTSTRASSE 7A | 20357 HAMBURG
FON 040. 228 208 55-0
OFFICE@MARKENSTYLISTEN.COM
WWW.MARKENSTYLISTEN.COM

CK

www.colellundkampmann.de

bultmann.

DESIGN WORKS

SEIT 1969

DESIGN & PRODUKTION

Erstaunlich unkompliziert –
crossactive halt!

crossactive

CARES ABOUT BRANDS

crossactive.de

brandix

design + strategy

contact:
christine hußmann
katharinenstr.30
20457 hamburg
t. +49 (0)40 36901910

www.brandix-design.de

göttsche design.

designing for people's senses.
www.goettschedesign.com
+49 40 4210-3985

WE DESIGN CHARACTERS.

www.studio-elfenbein.de

S I E

EILKEN

BRAND BUILDING

PACKAGING & PRODUCT DESIGN

+49 40 3609344-0 www.eilken.com

Barutzki Design

Bettina Carabillò

Strategie und Kreation Brand Design,
Packaging Design, Corporate Design

Virchowstraße 12-14, 22767 Hamburg
Tel 040/3069600, info@barutzki.de

www.barutzki.de

justblue

BRAND
PACKAGING
PRODUCT

justblue.design GmbH
Borselstraße 20
22765 Hamburg
Tel +49 (0)40 - 38 60 33 - 0

info@justblue.de · www.justblue.de

adworx

BRAND & PACKAGING DESIGN

DESIGN MIT
ADDED VALUE

adworx GmbH
+49 (0)521 583 770
post@adworx.de
www.adworx.de

orfgn

Markenkommunikation
Verpackungsdesign
Technische Dokumentationen

Orfgn Marketing GmbH & Co. KG
hallo@orfgn.net · www.orfgn.net
+49 201 890994-0

AACHEN
JÜLICH52XXX
52XXXBONN
FRANKFURT/MAIN
OFFENBACH/MAIN53XXX
60XXX
63XXXOFFENBACH/MAIN
SCHWÄBISCH GMÜND
MÜNCHEN63XXX
73XXX
80XXXMÜNCHEN
WASSERBURG A. INN
FREISING81XXX
83XXX
85XXXBOBINGEN
RAVENSBURG
WABERN/SCHWEIZ86XXX
88XXX
CH-30XXZÜRICH/SCHWEIZ
ST. GALLEN/SCHWEIZCH-80XX
CH-90XX

www.win-ci.de

WOLKEN dieb
DESIGNAGENTUR

AACHEN
PACKAGING | CORPORATE
WWW.WOLKENDIEB.COM

**We simplify marketing.
We amplify brands.
We deliver value.**

SGK, a Matthews International company

www.sgkinc.com

DAS AUGE KAUF MIT

WWW.MALVEGA.DE
PACKAGE DESIGN

stefan
zimmermann
design

strategie und design
marke und verpackung
www.stzdesign.de
info@stzdesign.de

**50 JAHRE
BEGEISTERUNG
FÜR DESIGN**

khdesign gmbh · Marken- und
Designagentur · info@khdesign.de
+49 (0)69/97 08 05-0

#meetthelighthouse

taste!
BRAND IDENTITY

taste!
brand identity GmbH
Westend Carrée
Frankfurter Straße 111
63067 Offenbach a. M.
Telefon: +49 69 98193-0
www.taste-brand-identity.de

EBERLE
BRAND DESIGN &
COMMUNICATION

Goethestraße 115 | 73525 Schwäbisch Gmünd
EBERLE.DE

Markentliaison

München // +49 (0)89 210 243-51 // www.markentliaison.com

10
JAHRE
design

BAKIC .DESIGN
[ˈbakitsch dɪˈzain]
(deutsch, Plural; Markengestaltung)

PACKAGING DESIGN
GRAPHIC DESIGN
PRODUCT DESIGN
MATERIAL BERATUNG

www.bakic.com/design

IRRE
MIT KOMPETENZ

www.djermester.de

HEINTSCHEL®

**Gute Gestaltung
beginnt im Kopf und
endet im Herzen.**

Packaging und POS
Corporate Design
Print

massholder|gutmayer
AGENTUR FÜR WERBUNG UND DESIGN

www.massholder-gutmayer.de

KGM
KONSEQUENT GUTE MARKEN

K-G-M.COM

**Wir verleihen
Ihrer Marke
Persönlichkeit.**

d
by
d

dbyd.ch

**COMMITTED
TO DESIGN**
STUDIO SCHOCH

STUDIO SCHOCH AG
BRANDING – INNOVATION – GOODS
WWW.STUDIOSCHOCH.CH

echt.
BRAND CONCEPT & PACKAGING DESIGN

www.echt.ch
ST. GALLEN · SCHWEIZ

Foto: Treasury Wine Estates

19 Crimes.
Cal 1906

Heute schon geklickt?

Immer gut informiert
auf
CREATIVVERPACKEN.DE

und
INSTAGRAM
creativverpacken

BERATUNG/PRODUKTION
BLISTERVERPACKUNGEN

BERATUNG/PRODUKTION



C.E.Schweig
Verpackung · Material · Engineering
Wir machen Nachhaltigkeit messbar & effizient
Das Expertenteam für
Nachhaltigkeit,
Verpackungstechnik und
zukunftsfähige Verpackungen!
www.ceschweig.com

Ellerhold Gruppe 
ALLES MIT DRUCK
Plakate | Etiketten | Displays | Verpackungen
www.ellerhold.de

 **PACKSERVICE**
INNOVATIVE
VERPACKUNGSLÖSUNGEN
& PROFESSIONELLES
CO-PACKING
packservice.com

BLISTERVERPACKUNGEN

**FARBE
BEKENNEN!**
www.knapp-gmbh.de

DOSEN
DRUCKVORSTUFE
DUMMYBAU/DESIGNMODELLE

DOSEN


Jokey.
**Verpackung
mit Verstand.**
jokey.com
Tel: +49 2267/6850

DRUCKVORSTUFE

EINSATZ
CREATIVE PRODUCTION
FON 040.37 66 55
MAIL einsatz@einsatz.de
WEB www.einsatz.de

Sie machen es schön.
Wir machen es richtig:
Von der Weißform bis zur
Überfüllung.
Für Sleeves oder Faltschachteln.
In allen Sprachen.
Vom Master über Adaptionen
bis zum Dummy.
Druckneutral oder für Flexo.
Wie Sie es wünschen.
Wir können fast alles ...
zum vereinbarten Budget und
termingerecht – auf den Punkt.
Sie bleiben kreativ.
Wir kümmern uns um den Rest.
PINNABERG 47 | 20359 HAMBURG

DUMMYBAU/DESIGNMODELLE

**DUMMYS
IHR ERSTES
ORIGINAL**
echt.
www.echt.ch
ST. GALLEN · SCHWEIZ

DUMMYBAU/DESIGNMODELLE
GRAFISCHE DIENSTLEISTUNGEN

DUMMYBAU/DESIGNMODELLE

Interproof
Musterverpackungen · Dummies · Sleeves
Einzelstücke und Kleinserien
für Marketing, Test, Messe, Präsentation.
• **Faltschachteln, Labels** digital gedruckt und gestanzt.
• **Folienverpackungen** aus weicher Spiegelfolie, weißer
Riegelfolie, klarer Folie aus PP, in 4C bedruckt, partiell
weiß oder metallisch unterlegt, mit und ohne Sichtfenster,
mit Spiegelgold und Silber, für Süßwaren, Food, Kosmetik,
Healthcare.
• **Schrumpffolien (Sleeves)** 4C mit weiß oder farbiger
Hinterlegung. Effekte wie Silber, Gold, Iridion sowie
Ausparungen möglich. Fertig geschrumpft auf den 3D
Verpackungskörper.
• **Alufolie** bedruckt mit Lasurfarbe, partiell weiß unterlegt,
für Schokohasen und Nikoläuse.
• **RubOns (Abreibedrucke)** in weiß, 4C, Vollton, gold,
silber, spiegelmetallisch zum Übertragen auf Gläser, Tuben,
Metall, Keramik, Kunststoff u.v.m..
Overnight- und Weekendservice
Interproof GmbH & Co KG · Ginnheimer Ldstr. 35
60487 Frankfurt/M · Tel. 069/771069
service@interproof.de · www.interproof.de

GRAFISCHE DIENSTLEISTUNGEN

frank pfeifer
art direction
am niddatal 33
60488 frankfurt am main
069/97675608
fp@frank-pfeifer.de


Erste Hilfe.

Selbsthilfe.
brot-fuer-die-welt.de/selbsthilfe
Mitglied der **actalliance** 

Vorschau

creativ verpacken 6/2021 erscheint am 22.9.2021



Foto: Goodiebox Aps

Schwerpunkt: Druck & Veredelung

Die Attraktivität von Etiketten und Verpackungen zu steigern, ist ein erklärtes Ziel der Markeninhaber. Dafür wird auf passende Materialien und ausgefallene Gestaltungselemente zurückgegriffen und Veredelungseffekte eingesetzt. Am Ende sollen Produkt und Verpackung harmonisieren und den Verbraucher überzeugen. In welche Richtung geht der Trend? Ist weniger mehr oder schlägt Opulenz Minimalismus?

TopThema: Luxus

Die Botschaft von Luxus lautet: einzigartig, exklusiv, individuell. Bei Uhren, Kleidung, Schmuck und Kosmetik wird Wert gelegt auf die Qualität der Verarbeitung, der Funktion, der Materialien und Inhaltsstoffe. Doch wichtiger ist, wie kommt der Luxus zu den Kunden. Hier muss die Marke den Lebensstil ihrer Zielgruppe verstehen, Botschaften formulieren und ein unverwechselbares Markenerlebnis schaffen.



Foto: Louis Vuitton

Impressum | Imprint

Verlag/publishing house

Lindenhaus Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
HRA 2576 Neuruppin, USt-IdNr. DE183286935
Geschäftsführer: Dietrich von Buch, Ute von Buch
Lindenhaus, Wilmersdorfer Str. 6
D-16278 Angermünde-Wilmersdorf

Telefon +49 – 33334 – 8520-0

Telefax +49 – 33334 – 8520-29

Homepage: creativverpacken.de

Herausgeberin/publisher und Chefredakteurin/editor in chief

Ute von Buch (UvB) – redaktion@creativverpacken.de

Redaktion/editors

Dietrich von Buch (DvB), Ramona Müller (RM),
Carolina E. Schweig (CES), Jana Sutherland (JS) –
USA

Herausgeber-Beirat/publishing advisory board

Monika Dürrer, Handelsverband Hannover
Michael Heintschel, Heintschel Marken
Professor Dr. Richard Linxweiler, Hochschule
Pforzheim
Arno Melchior, Reckitt
Frank Pieper, BERetail

Satz/Lay-out

Lindenhaus Verlag, Dr. Jan Kaminsky

Editorial Design

Frank Pfeifer, Grafikdesign – www.frank-pfeifer.de

Anzeigen/advertising

Lindenhaus Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
(Anschrift siehe oben)

E-Mail: anzeigen@creativverpacken.de

gültige Anzeigenpreisliste gemäß Mediadaten 2021

Druck/printed by

Druckerei Nauendorf GmbH, Angermünde
www.druckereinauendorf.de

Erscheinungsweise/frequency

8 x jährlich

Abonnement/subscription

Lindenhaus Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG
(Anschrift siehe oben)

E-Mail: abo@creativverpacken.de

Einzelheft: 20,- €

Jahresabonnement: Deutschland 135,- €

per year: Europe/Overseas 154,- €

Studentenrabatt 50% gegen Vorlage der Studienbescheinigung

26. Jahrgang, Heft 5/2021 September, 191. Ausgabe
ISSN 1433-8750

Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder.

Articles with full name of author do not necessarily report the editor's opinion.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, verboten. Kein Teil dieser Zeitschrift darf ohne schriftliche Einwilligung des Lindenhaus Verlages in irgendeiner Form (Digitalisierung, Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren), auch nicht für Zwecke der Unterrichtsgestaltung, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

All rights reserved. Reproduction, including excerpts, strictly prohibited. No part of this magazine may be published, copied, modified or shared in any kind (digital media, photo copy, micro film or any other method) without the written consent of Lindenhaus Verlag publishing company, even for the purposes of teaching.



Verpackungen aus nachwachsenden Rohstoffen sind voll im Trend. Infolge des gestiegenen öffentlichen Interesses und der unsicheren Entwicklung des Erdölmarktes haben sowohl die Hersteller als auch die Anwender von Verpackungen ihre Aktivitäten im Bereich der nachwachsenden Rohstoffe deutlich erhöht.

2010 wurde das Center of Food Packaging (CFP) als ein interdisziplinäres Forschungsprojekt der Beuth Hochschule für Technik Berlin und der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin gegründet. Es visiert die Entwicklung von innovativen Verpackungsfolien für Lebensmittel, deren Bewertung, Dienstleistungen für die Industrie, Behörden und Verbände an. Im Focus der Entwicklungsarbeit stehen Verpackungsfolien aus nachwachsenden Rohstoffen, biologisch abbaubare Folien, Folien mit aktiven Komponenten und Verpackungen mit verbesserter Convenience.

Die Ergebnisse von 18 Monaten Arbeit sind in diesem Buch dokumentiert. Es soll informieren, inspirieren und zum Nachdenken provozieren.

Ordern Sie konzentriertes Fachwissen

„Food Packaging“

über den Shop, Bereich Bücher, von
■ www.creativverpacken.de

ISBN: 978-3-9807818-1-7



Packaging made of renewable resources is fully in line with the trend. As a result of increased public interest and the uncertain development of the oil market, both manufacturers and users of packaging have intensified their activities in the field of renewable resources significantly.

The Center of Food Packaging (CFP) was founded in 2010; as an interdisciplinary research project of the Beuth Hochschule für Technik – University of Applied Sciences Berlin and the Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin – University of Applied Sciences. It targets focal the development of innovative packaging films for foods; the assessment; services for industry, public authorities and associations. The development work focuses on Packaging films made of renewable resources, Biodegradable films, Films with active components and Packaging with improved convenience.

The results of 18 month work are documented in this book. It should inform, inspire, and provoke thought.

*Please order
concentrated specialised knowledge*

„Food Packaging“

in the web-Shop, book area, of
■ www.creativverpacken.de

ISBN: 978-3-9807818-1-7