

creativ verpacken

Packaging Design Marketing März 2022 / 2
196. Ausgabe
A 42311



Bohlsener Mühle:
Einkauf im
Erlebnisraum

Like Meat:
Fleischalternative
neu verpackt

**Verbraucher von
morgen:**
Wen sprechen wir an?

Lebensmittel

Dietrich v. Buch

Verleger



Inge v. Buch

Herausgeberin

Zeitreisen

Nie war der Blick in die Zukunft so ungewiss wie in diesen Zeiten. Das einzige, was sicher zu sein scheint, ist, dass eine Veränderung, auf uns alle zukommt. Etwas, das unser Leben und unseren Alltag grundlegend verändern wird. Einiges hat sich bereits anders entwickelt, als wir das je gedacht hätten. Oder hätten Sie sich vorgestellt, dass wir in einem Ausnahmezustand zu Hause festsitzen würden? Oder dass Homeschooling eine Alternative zum Schulalltag werden könnte? Immer wieder neue, geballte Überraschungen erreichen uns. Hat unser Lieblingslokal überlebt und gibt es das kleine Hotel noch, in dem ich gerne gewohnt habe? Bange Fragen, auf die es keine verbindlichen Antworten gibt, denn: Morgen kann alles wieder ganz anders sein! Wer möchte da nicht in die Zukunft blicken und eine kleine Zeitreise unternehmen? Eine Reise, die das Positive in der

Welt sucht. Physisches Reisen ist mittlerweile wieder möglich. Viele bevorzugen dabei ihr Heimatland – da sind die Regeln bekannt und man kann auch sprachlich reagieren, wenn es notwendig sein sollte. 2021 blieb nach einer Studie der Stiftung für Zukunftsfragen jede:r zweite Reisende in Deutschland.

Doch eine Zeitreise in eine mögliche Zukunft ist etwas anderes. Sie kann jede:r zu jeder Zeit unternehmen – ob tagträumerisch oder im Tiefschlaf. Es kann in alle Länder der Erde gehen, dabei können sich die Zeit-Reisenden Szenarien vorstellen, die eine positive Entwicklung der Erde ermöglichen. Gerade in Zeiten wie dieser kann die Kraft der positiven Gedanken wahre Wunder erschaffen.

Und das Wunder der guten (Weiter-) Entwicklung für alle Menschen lässt uns alle gerne auf Zeitreise gehen.

Inhalt

Schwerpunkt Lebensmittel

- 8 Gesundheit und Wohlbefinden
- 9 Von Urbildern und zweitem Leben
- 10 Lotao:
Mit Feinkost auf Weltreise
- 11 Amerika im Blick – Lebensmittelrend USA – Essen verbindet
- 12 Dr. Koch's:
Relaunch zurück zu den Wurzeln
- 13 Regionique:
Mit *low mile* für mehr Nachhaltigkeit
- 14 **Bohlsener Mühle:
Wertschätzung für Lebensmittel, Handwerk und Natur**

- 15 Kompostierbare Verpackungen:
Mehr Klarheit
- 16 Metsä Board:
To Go – aber nachhaltig
- 16 Yasashí:
Einfach nur Tee
- 17 **Like Meat:
Mehr Transparenz kommunizieren**
- 18 Eos Bio:
Sonnenaufgang im Saftregal
- 19 Lebensmittel im Fokus
- 19 Premier Protein:
Geschmack und bewusste Ernährung verpackt
- 20 Beetgold:
Minimaler Umweltimpact

Markenführung

- 21 Recht – Wie man sich einen goldenen Hasen verdient ...
- 22 Investition vor Markteinführung
- 23 Aus der Konsumentenpsychologie – Lust auf vegetarisch?
- 23 Aus dem Handel – Gesund, nachhaltig und digital: Wie sich der Lebensmittelhandel verändert



Portrait

24 SCHWARZHOCHZWEI:
Innovativ und kreativ, nur
nicht konventionell

TopThema

26 Für den Verbraucher von
morgen gestalten

27 Neue Welten, neue Rollen

30 Die Zielgruppen von morgen
antizipieren – Zukunfts-Werte-
typen bereichern klassischen
Research!

31 Die Verbraucher von morgen –
eine Umfrage

Entdeckt

36 Kleine Wahrheiten – Was
bedeuten eigentlich Recycling-
codes?

36 Technik – Schön und effizient
produziert

Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt:
Nils Zimmermann, Lars Holst,
Rüdiger Behn, Anna Lenhard,
Uwe Dettinger, Christoph
Schramm

39 Lesen & Nachschlagen

32 Börse Packungsdesign

37 Verpackungsservice

38 Vorschau

38 Impressum



Titelbeschreibung:

Der Titel weckt Erinnerungen an gute alte Zeiten. Doch war damals alles besser als heute? Ganz sicher nicht, aber trotzdem bestechend in seiner Einfachheit – zumindest wirkt es so aus heutigem Blickwinkel ... Lassen Sie uns nicht in Nostalgie schwelgen, sondern mit Neugier in die Zukunft blicken. Dafür steht der Fisch in Zeitungspapier – ein Klassiker, der sowohl für damals als auch für heute steht: Nach vorne schauen und wiederverwenden, kann es zeitgemäßer sein? Das fragt Brand.pack, Hamburg, nach der Gestaltung dieses Titels. – www.brandpack.de



Metsä Board Pro FBB Bright ist ein vollgestrichener, gebleichter Karton mit weißer Rückseite. Seine hohe Weiße auf Vorder- und Rückseite macht ihn ideal für Spezialeffekte und erfüllt die hohen Anforderungen für Premiumprodukte. Zusätzlich besitzt die Kartonqualität ausgezeichnete sensorische Eigenschaften, durch die sie sich auch für die Verpackung von Lebensmitteln und Süßwaren, wie Schokolade eignet. Für die aktuelle Ausgabe von *creativ verpacken* wurde ein Flächengewicht von 245 g/m² gewählt. – www.metsaboard.com