

creativ *verpacken*

Packaging Design Marketing November 2022 / 7
201. Ausgabe
A 42311



Almdudler
Junge Traditionsmarke

Zukunft
Chancen einer digitalen Welt

Aus der Praxis
Marken verpacken
nachhaltig

Schwerpunkt Getränke

Dietrich v. Buch

Verleger



Inge v. Buch

Herausgeberin

Vom Fischer und seinen Netzen

Die Weltmeere sind ein weites Feld.

Hier muss man sich auskennen, wenn man Fische fangen will. Die Meeresfischer wissen, wo sie ihre Netze auswerfen müssen, um diese zu füllen. Sie fahren bei Wind und Wetter raus, um ihr Geld zu verdienen. Wie groß der Fang sein wird, kann ihnen niemand voraussagen. Doch es ist gute Tradition, zu kleine, junge Fische wieder ins Meer zurück zu entlassen. Der persönliche Kontakt zwischen Fisch und Fischer ist gegeben, ein Blick genügt und der Fisch hat seine Freiheit wieder.

Der Fischer und seine Arbeit gehören wohl zu den am meisten benutzten Bildern für unterschiedlichste Erzählungen – auch philosophischer Art. Im übertragenen Sinn fischen wir alle in unseren Arbeits-, Kontakt- und Lebensbereichen – manchmal im Trüben, manchmal erfolgreich. Auch wenn der dafür benutzte Begriff Netzwerken nur eine Anlehnung an die Arbeit in der maritimen Welt ist.

Es ist das Mit-einander-verwoben-sein, welches das Netzwerken ausmacht. Begegnet wird sich heute vielfach in den sogenannten Sozialen Netzwerken, wo möglich auch persönlich; doch es gibt kaum noch eine Club-Kultur, zu der die regelmäßige, möglichst häufige persönliche Begegnung gehört.

Wenn bislang die eigene Inszenierung im Vordergrund stand, so wird es zukünftig immer mehr um den ehrlichen, persönlichen Austausch gehen. Gespräche, die weiter bringen, über die noch Tage später nachgedacht wird und die im Geiste weitergeführt werden, geben wertvolle Impulse. Intuitives Wissen löst das mechanisch Gelernte ab und macht aus Treffen Begegnungen – auf Augenhöhe und auf Herzesebene. Eine schöne Aussicht meint das Team von *creativ verpacken*.

Inhalt

Schwerpunkt Getränke

- 8 Getränke: Zwischen Lebenselixier und Durstlöscher
- 9 Hanni's: Farbspiel in rosé
- 10 Generalisierung war gestern ...
- 11 Almdudler: Traditionsmarke mit Verantwortung
- 12 Amerika im Blick – Getränke-Trend USA – Neue Trinkgewohnheiten

- 13 Nc'nean Distillery: Inspired by nature
- 14 Mut zur Dose
- 15 Elephant Gin: Ein Klassiker für Genießer
- 16 Getränke als Erlebniseinkauf
- 17 Rosengeschichten

Markenführung

- 17 Aus dem Handel – Omnichannel – so geht es!
- 18 Recht – Biss zum Erfolg
- 19 Nachhaltigkeit – Alles ohne Plastik?
- 20 Aus der Konsumentenpsychologie – Geschmacklose Gesichter

Portrait

- 20 Red-U Von der Skizze direkt zur Umsetzung

13



20



23



12



25



TopThema
Nachhaltige Verpackungskonzepte

22 Verpackungsoptimierung – Nachhaltige Konzepte umgesetzt

23 Pfade zur ökologischen Verpackung

23 Oyess: Sag Ja zur Zukunft

24 Viba: Heute an morgen denken

24 Sonett: Alles im Kreislauf

25 Holy Pit: Bitte Nachfüllen

25 Delica: Kaffeeportion ohne Kapsel

26 Fresh Bag: Kühlen ohne Kunststoff

26 Bernbacher: Ab ins Altpapier

27 Sodasan: Weniger Gewicht – weniger Emissionen

27 Spaced Flakes: Nachhaltig ist obligatorisch

Entdeckt

32 Digitalisierung und ihre Chancen

Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt: Nadine Frodl, Maximilian Wenzel, Syster Tjarks, Maïke Gilberg, Andreas Milk, Annika Reuber

35 Lesen & Nachschlagen

28 Börse Packungsdesign

33 Verpackungsservice

34 Vorschau

34 Impressum



Titel:

Innovation, Tradition und Nachhaltigkeit müssen sich nicht beißen, meint Brand.pack, Hamburg. Stellen Sie sich eine nachhaltige Biermanufaktur vor, die regional herstellt, einen zeitgemäßen Auftritt hinlegt – nicht nur für den klassischen Biertrinker – und gleichzeitig ein fast vergessenes Material für ihre Flaschen wiederbelebt: Steingut! www.brandpack.de



Metsä Board Natural FBB steht für natürliche Eleganz. Diese ungestrichene Qualität liegt voll im Trend heutiger High-End-Verpackungen: Natürliche Optik und Haptik vermitteln Authentizität. Sie hat eine hohe Steifigkeit, ist frei von optischen Aufhellern und für den Kontakt mit Lebensmitteln zugelassen. Für die aktuelle Ausgabe von *creativ verpacken* wurde ein Flächengewicht von 235 g/m² gewählt. www.metsaboard.com