

creativ *verpacken*

**Packaging
Design
Marketing** Mai 2023 / 3
205. Ausgabe
A 42311



Accentra:

Männerinteressen im Sixpack

Veuve Clicquot:

Bunt ergänzt Gelb

Recht:

Verwechslungsgefahr bei Markenbildung

Kosmetik

ÜBERZEUGEN STATT VERFÜHREN

Marken und Verpackungen
in einer sich wandelnden Welt

Save the date
creativ verpacken
dialog 2023

14. September 2023 (mit Vorabend) in Berlin

Was hat Bestand in einer Welt, die ständig neue Herausforderungen hervorbringt?
Und begleiten Verpackungen und Marken ihre Käufer erfolgreich?

Der *creativ verpacken* dialog wird geschätzt für seine persönliche Arbeitsatmosphäre und den professionellen Austausch. Dadurch entsteht Neues aus der Begegnung von Kreativen und allen an der Umsetzung Beteiligten.



Sponsoren:



Koehler
PAPER



Weiteres unter
www.creativverpacken.de/dialog



creativ
verpacken
dialog

Dietrich v. Buch

Verleger



Inge v. Buch

Herausgeberin

Karussell der Möglichkeiten



Früher ging man auf Jahrmärkte oder auf den Rummel, um Zerstreuung zu finden. Bereits der Aufbau der Geräte und Buden war ein Erlebnis, das sich potenzierte, wenn alles stand und die verschiedenen Aktivitäten und Preise lockten. Für Kinder sind bis in die heutige Zeit Karussells eine Attraktion. Hier ziehen Pferde und Kutschen, Wagen und allerlei Figuren, auf denen man sitzen kann, die Interessierten an. Mancher Erwachsene betrachtet wehmütig das Treiben und würde sich gerne mitdrehen auf den Karussells der Möglichkeiten.

Für Kinder ist es eine großartige Möglichkeit einen Moment lang das Leben aus einer anderen Perspektive zu sehen – je nach Gefährt, das lockt. Hier ist es die kleine Amazone, die ihre Runden auf dem Pferd dreht, dort der Feuerwehrmann, der sich in seinem Feuerwehrauto erprobt.

Für Kinder ist es das Erfahren eines neuen Gefühls, das Gewinnen einer Sicht auf die Welt aus unterschiedlicher Blickrichtung. Nicht nur das erhöhte Sitzen auf dem Karussell, sondern auch die Rolle, in die sie als Reiterin oder

Feuerwehrmann schlüpfen. Es ist wie ein kleines Rollenspiel. Dieses sich selbst Ausprobieren, ist eine großartige Chance, das Leben zu entdecken.

Ähnliches kennen wir auch aus anderen Bereichen: Viele Musikschulen bieten beispielsweise Instrumentenkarussells an, bei denen verschiedene Instrumente ausprobiert werden können, um herauszufinden, welches am meisten fasziniert.

Karussells bieten also die Möglichkeit, sich selbst in eine neue Blickrichtung zu bringen und dadurch die Perspektive zu verändern. Außerdem kann etwas ausprobiert werden, was ansonsten so nicht möglich ist. Das klingt großartig und sollte nicht allein den Kindern überlassen werden. Erwachsene können ganz einfach einen Schritt zur Seite gehen und dann neu auf ihr Leben oder ein Thema schauen. Manchmal führt das zu neuer Sicht und neuen Ansätzen, die dringend benötigt werden.

Ein Beispiel für ein funktionierendes Karussell ist eine Fachmesse. Also: Aufspringen, festhalten und sehen, was passiert.

Inhalt

Schwerpunkt Kosmetik

- 8 Ausdruck von Persönlichkeit
- 9 Charlotte Meentzen:
Neue Wege
- 10 Accentra:
Aus Männerinteressen
werden Geschenke
- 11 Plastic in beauty and personal
care - what's next?
- 12 TFWA:
Kosmetikwelt im Boutique-Stil

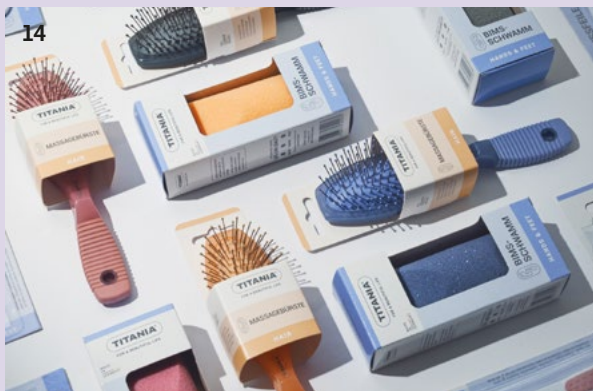
- 14 Titania:
Neues Beauty-Erlebnis
- 15 Beauty Trend USA
Peinlich – dennoch gut
verpackt!
- 16 Wie Kosmetik verpacken?
- 17 Martha's Corner:
Die Katze auf der Seife
- 18 Vorteil Monomaterial
- 18 Kleine Wahrheiten
Mit Buch und Tiegel

Markenführung

- 22 Aus der Konsumentenpsychologie – Erzähl' mir mehr
- 23 Recht –
Wie ein Ei dem anderen
- 24 Favly Petfood:
Nur das Beste für Fellnasen
- 25 Aus dem Handel – Zukunft
im Fashion E-Commerce:
Der Digitale Zwilling
- 25 Nachhaltigkeit –
Wie nachhaltig ist Papier

Portrait

- 26 onehalf
Design folgt Dramaturgie



Topthema
Premium-Verpackungskonzepte

28 Die Sprache von Premium

29 La Grande Dame 2015:
A Tribute to Nature

30 Josephinenhütte:
Unboxing muss immer Freude
bereiten

32 Fälschungsschutz:
Plagiat als Verführer

34 Flasche der Extraklasse

36 Teststudio für Packungsdesign:
Auflagenahme Muster statt
Maschinentests?

Entdeckt

20 Neue Materialien

37 Getränke, die inspirieren

38 Die Sache mit der Flasche
aus Papier ...

38 Nachhaltigkeit – immer mehr
Verwirrung – ein Kommentar

44 Technik –
Braille-Punkte:
Anforderungen höchster
Qualität

44 Nachgefragt –
Auch Trends irren!

Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt:
Ayse Foged, Lena Scholpp,
Dr. Sandra Mühlmeier, Mirja Ann
Rousselle, Lutz Herrmann,
Gabriela Dule-Bahcekapili

47 Lesen & Nachschlagen

40 Börse Packungsdesign

45 Verpackungsservice

46 Vorschau

46 Impressum

34



Titel:

Die Technologien, die hinter vielen Kosmetikprodukten stecken, werden immer komplexer. Das stellt auch neue Herausforderungen an die Verpackungen zum Erhalt dieser wertvollen Inhaltsstoffe. Das Thema Schutz wird auf dem Titelbild von Baries Design, Düsseldorf, auf künstlerische Art und Weise besonders überspitzt dargestellt. Die Farben in Kombination mit dem Kunststoff schaffen eine futuristische Atmosphäre und bieten Platz für Gedankenexperimente. Wie werden sich Kosmetikverpackungen in Zukunft weiterentwickeln?
www.baries.de



Metsä Board Prime 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 280 g/m² gewählt.
www.metsaboard.com