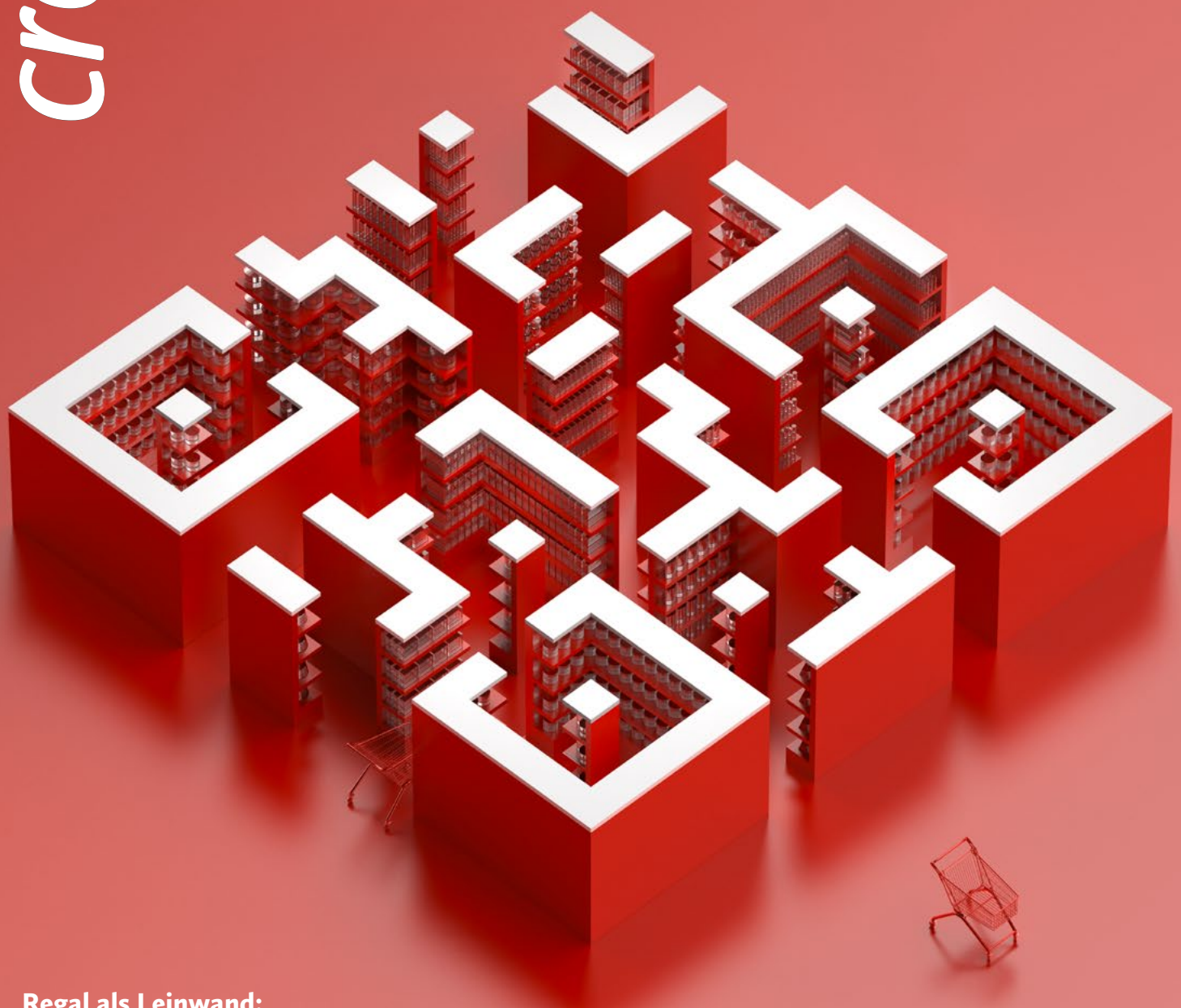
creativ verpacken

Packaging Design Marketing
Juni 2023 / 4
206. Ausgabe
A 42311



Regal als Leinwand:
Verpackung mit Brückenfunktion

Purya:
Starkes Designsystem

Kaffee:
Vielfalt in Geschmack und Design

Verpackung am PoS

Dietrich v. Buch

Verleger

Ute v. Buch

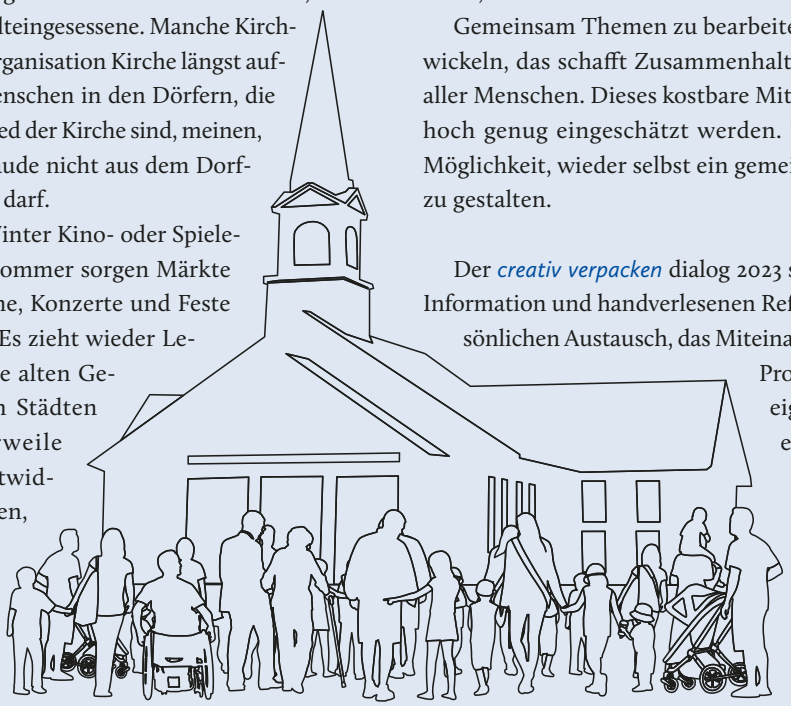
Herausgeberin

Die Kirche im Dorf lassen

Der Gegensatz Stadt – Land wird aktuell besonders deutlich. In den (Groß-) Städten ist immer Leben. Es gibt zahlreiche Zerstreuungen und zu jeder Tageszeit Veranstaltungen, die zur Teilnahme einladen. Neben den Klassikern Kino, Konzert und Theater sind dies zudem unterschiedliche Märkte, Markthallen, Festivals oder Stadtteilfeste.

In den ländlichen Regionen sind vielerorts Dorf- und Kirchenfördervereine entstanden. Sie halten das Dorfleben lebendig und integrieren Wochenendbesucher, Zugezogene und Alteingesessene. Manche Kirchgebäude hat die Organisation Kirche längst aufgegeben. Doch Menschen in den Dörfern, die oft gar nicht Mitglied der Kirche sind, meinen, dass ein Kirchgebäude nicht aus dem Dorfbild verschwinden darf.

So finden im Winter Kino- oder Spieleabende statt, im Sommer sorgen Märkte rund um die Kirche, Konzerte und Feste für Lebendigkeit. Es zieht wieder Leben in und um die alten Gebäude ein. In den Städten werden mittlerweile Kirchgebäude entwidmet oder abgerissen, das verhindern auf dem Land zumindest teilweise die Fördervereine. Und warum soll sich ein Dorf Heiligabend nicht zur selbst gestalteten Weihnachtsfeier in der Kirche treffen? Die wenigen Pfarrer können ohnehin nur noch ein sehr begrenztes Angebot bewältigen.



Es ist eine neue Form des Engagements, das das Leben in den Dörfern aus dem Dornröschenschlaf weckt und eine Basis für das Miteinander schafft. Und genau dieses, gemeinsam etwas auf die Beine stellen, ist wertvoll – vor allem, wenn es für alle offen ist.

Gemeinsam Themen zu bearbeiten und Ideen zu entwickeln, das schafft Zusammenhalt und ist zum Wohle aller Menschen. Dieses kostbare Miteinander kann nicht hoch genug eingeschätzt werden. Und auch nicht die Möglichkeit, wieder selbst ein gemeinschaftliches Leben zu gestalten.

Der *creativ verpacken* dialog 2023 setzt neben aktueller Information und handverlesenen Referenten auf den persönlichen Austausch, das Miteinander. Hier entstehen Projekte und Ideen. Das eigene Netzwerk wird erweitert durch qualitativ wertvolle Begegnungen. Seien Sie am 14. September 2023 in Berlin dabei, wenn es heißt: *Überzeugen* statt verführen

Illu: istock.com/A-Digit

Inhalt

Schwerpunkt Verpackung am PoS

8 Wen wie ansprechen?

9 Packpapier war vorgestern: Wie sich Bio neu findet

10 What is the role of packaging at PoS?

11 Purya! Kraftvolle Gestaltung

12 Teegeschichten: Kreative Spielwiese

13 Supermarkt der Zukunft: Digitalisierung trifft auf Packungsdesign

14 Wiki Pam: Kulturell inspirierte Premium-positionierung

15 Friday's Organic Bakery: Klarer Designcode im Regal

16 Ästhetik im Wandel

17 Zero Waste für Elektronikverpackungen

Markenführung

18 Recht – Die Botschaft des Apfels

19 Re-Definition des Bio-Pioniers im Bio-Verse

20 Mitarbeiter sind Markenbotschafter

21 Aus der Konsumentenpsychologie – Reinigungsmittel Schwarze Flasche = gefährlich

21 Aus dem Handel – Innovationsprojekte: Besser heute als morgen starten

Portrait

22 Tine Knies Packaging and Brand Design Gutes Design muss Spaß machen

14

22

26

11

24

TopThema
Die Vielfalt des Kaffees

24 Vielfalt der Kaffeewelt

25 Entscheidung für die richtige Sorte: Vom Wachmacher zum Kultgetränk

27 Caroma: Emotionale Kaffeeverpackung für die Gastronomie

28 Amerika im Blick – Heißer Kaffee – starkes Packungsdesign

29 Genussmenschen ansprechen

Entdeckt

31 Lesermeinungen

36 Technik – Kleine Kartonnase mit großer Wirkung

36 Kleine Wahrheiten – Gefahr erkannt, Gefahr gebannt?

Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt: Prof. Dr. Oliver Errichiello, Stephan Wittwer, Irma Sachs, Katrin Niesen, Henning Meyer, Christine Salzbrunn, Heinz-Jürgen Pick

39 Lesen & Nachschlagen

32 Börse Packungsdesign

37 Verpackungsservice

38 Vorschau

38 Impressum

15

19

Titel:

Wie wird der Point of Sale (PoS) der Zukunft aussehen? Es wird zweifellos ein Hybrid aus digitaler und analoger Welt entstehen. Dafür werden sich beide Welten immer weiter annähern, vermischen und ergänzen, sodass das Einkaufen von Morgen zu einem Erlebnis wird. Das von Baries Design, Düsseldorf, gestaltete Cover zeigt die abstrakte Darstellung dieser Fusion aus digital und analog. Sie kann als Metapher für die derzeitige und zukünftige Entwicklung gesehen werden. *www.baries.de*

Metsä

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.metsagroup.com/metsaboard*