

creativ verpacken

Packaging Design Marketing Januar 2024 / 1
211. Ausgabe
A 42311

S

W

E

E

T

S

&

S

N

A

C

Dengo Chocolates:
Von Brasilien nach Europa

Chobani:
Fruchtige Snacks

Geschäftsmodelle:
Gemeinsam für morgen

Sweets & Snacks

K

S

Ute v. Buch
Herausgeberin



Dietrich v. Buch
Verleger

Neue Perspektiven

Wer sich den Herausforderungen des Lebens stellen möchte, braucht Mut und Vertrauen. Das fällt vielen nicht leicht, denn beispielsweise Erfolg wird noch immer mit sogenannten *Macherqualitäten* gleichgesetzt und an diesen gemessen. In der Vergangenheit war es oft so, dass das Zögern vor dem nächsten Schritt als Schwäche ausgelegt wurde. Die Stärke dahinter wurde nicht gesehen.

Manchmal muss einfach abgewartet werden, wie sich Herausforderungen zeigen und entwickeln, um dann weiterzugehen – und auf Neues zu stoßen. Für dieses *Abwarten* und *Vertrauen* braucht es Mut. Wer diesen Mut zu Veränderung und Unbekanntem – gepaart mit der notwendigen Zuversicht – aufbringt, kann Chancen und Möglichkeiten entdecken, die die Lage in einem anderen Licht erscheinen lässt.

Die vergangenen Jahre haben gezeigt, dass viel Unterstützung im Verborgenen blüht – und auch, dass das

Alleine-für-sich-Kämpfen nicht weit führt. Gerade das gemeinsame Entwickeln von Ideen und Einschätzen der Lage sowie der achtungsvolle Umgang miteinander bringen ganz neue und auch zukunftsorientierte Konzepte nach vorne. Dazu kommt die Freude, sich mit anderen auszutauschen.

Persönliche Initiativen in Achtung vor dem anderen sind gefragter denn je. Kürzlich berichtete ein Marken- und Packungsdesigner im persönlichen Gespräch, dass er momentan eine seiner Aufgaben darin sieht, Menschen Mut zu machen – privat wie beruflich. Dieses Gemeinsam-nach-vorne-Sehen macht den Reiz aus. Der ehrliche Austausch miteinander kann neue Perspektiven eröffnen.

Dafür stehen übrigens auch *creativ verpacken* und der *creativ verpacken* dialog. Nicht zuletzt der *creativ verpacken* dialog 2023 hat gezeigt, wie der ehrliche Austausch beflügeln kann. Das Team von *creativ verpacken* freut sich auf den offenen Dialog mit Ihnen im Jahr 2024.

Inhalt

Schwerpunkt Sweets & Snacks

- 8 Clever kommunizieren
- 9 Leicht & Cross:
Vorstoß in neue Kategorien
- 10 Das Eis kommt
mit dem Fahrrad

11 Dengo:
From Brazil with Love

12 Amerika im Blick –
Snacktrend 2024
Wellness im Becher

- 13 Dummybau:
Verbraucherbedarf testen
- 14 Emotionale Ansprache
- 15 Koukée:
Starthilfe unter Start-ups
- 16 Karuna Chocolate:
Hoher Wiedererkennungswert

Markenführung

- 17 Recht –
Künstliche Intelligenz – Teil 2
Wie sag' ich es der KI?

- 18 Von der Alge zum Markenimage:
Welchen Mehrwert nachhaltige
Verpackungen bieten
- 19 Nachhaltigkeit –
Klein, aber bedeutend
- 19 Aus dem Handel –
Beispiele aus dem Mittelstand –
Employer Branding via
Social Media

Portrait

- 20 THE STUDIOS
Mehr Liebe zum Detail

16



28



20



13



24



TopThema

Geschäftsmodelle für die Zukunft

22 Geschäftsmodelle
für die Zukunft

23 Ziel: Produkte mit Strahlkraft

25 Vom Kompromiss
zum Miteinander

26 Chloé:
Transformation zum Erfolg

Entdeckt

27 Packaging Première 2024:
Kultur des feinen Geschmacks

28 Schaebens:
Schönheit, die bleibt

32 Nachhaltig Premium –
so geht es

32 Luxe Pack Monaco:
Strahlkraft hochwertiger
Verpackungen

Standards

3 Editorial

6 *creativ verpacken* fragt:
Frank Breuer, Joosten Brüggemann,
Carsten Buck, Volker Feddeck,
Theresa Lambrecht,
Harald Redemann, Jörg Willich

35 Lesen & Nachschlagen

29 Börse Packungsdesign

33 Verpackungsservice

34 Vorschau

34 Impressum

18

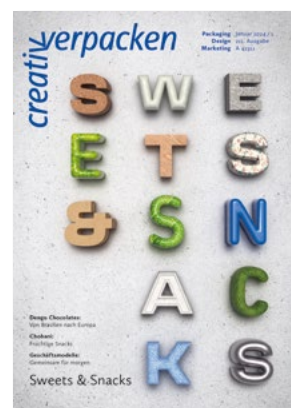


27



Titel:

Im Verpackungsdesign von *Sweets & Snacks* dominiert immer noch der Kunststoff. Das Titeldesign von Orfgen Marketing, Essen, macht Lust auf Veränderung, so die Idee der Kreativen. Es zeigt eine Auswahl spannender, umweltfreundlicher Materialien, die zeigen, wie vielfältig Alternativen zu Kunststoff sein können. Ob Milchsäurebakterien, Algen, Pilze oder verschiedene recycelte Rohstoffe – der Umstieg auf nachhaltigere Verpackungen ist nicht nur notwendig, sondern auch eine Chance, die Verpackungs- und Markenwelt positiv zu verändern.



www.orfgen.net



Koehler
PAPER

creativ print von Koehler Paper steht für eine Premium-Design-Qualität mit einzigartigem Naturpapiercharakter.

Das hochwertige Recyclingpapier aus 100 Prozent Sekundärfaserstoffen ist mit dem Umweltzeichen *Blauer Engel* ausgezeichnet. Diese Premium-Qualität verbindet natürliche Optik und Haptik mit hoher Steifigkeit und sehr guten Druckergebnissen im Offsetdruck – eine perfekte Basis für edle Designs und Veredelungen. Für die aktuelle Ausgabe von *creativ verpacken* wurde die Farbe *diamant* und ein Flächengewicht von 270 g/m² gewählt (*creativ print diamant*, 270 g/m²).

www.koehlerpaper.com