

creativ *verpacken*

Packaging
Design
Marketing

März 2024 / 2
212. Ausgabe
A 42311


Suederei:
Minimalismus
und Klarheit

Mera:
Mit Emotionen
authentisch bleiben

Tee:
Benefits im Fokus

Verpackungsdruck





Inge v. Buch

Herausgeberin



Dietrich v. Buch

Verleger

Den Jahreslauf vor Augen

Regelmäßig Wiederkehrendes oder Rituale im Alltag können ein guter Gegenpol zu Hektik und Vielfalt unserer (Arbeits-)Tage sein. Diese Momente des Innehaltens oder der kleinen Fluchten aus dem Alltag geben Kraft für anstehende Aufgaben. Das Konzentrieren auf den nächsten Schritt schafft Klarheit.

Der unerschütterliche Jahreslauf der Natur macht es uns mit seiner Regelmäßigkeit vor: Die Jahreszeiten folgen in immer gleichen Schleifen ihrem Weg. Wenn die ersten Schneeglöckchen blühen, dann ist das ein sichtbares Zeichen, dass die Natur Schritt für Schritt wieder zum Leben erwacht und bereit ist zum Aufbruch in Richtung Frühjahr. Nach und nach gesellen sich Winterlinge und Krokusse dazu. Tulpen und Narzissen geben schließlich das verlässliche Zeichen für den Start in die wärmere Jahreszeit. Und der Löwenzahn, so heißt es, läute den Frühling in ganz Deutschland ein.

Es spielt keine Rolle, ob es ein besonders warmes Frühjahr ist oder ein verregener Sommer nach einem

schneelosen Winter – das Jahr nimmt seinen Lauf. Vorbereiten, säen, pflegen, ernten, haltbar machen – das sind die Schritte, die den Jahreslauf der Gärten und Felder, begleiten: immer gleich, fast schon ein Ritual. Und diese Gleichmäßigkeit gibt Natur und Menschen eine Struktur. Ruhephasen zwischendurch lassen Zeit zum Staunen und sich Freuen.

Ähnliches gilt für die über das Jahr verteilten Fest- und Feiertage, wie Ostern oder Weihnachten. Wer möchte kann an diesen Tagen verschnaufen. Manchmal ist es nur eine kleine Veränderung der Gewohnheiten dieser Festtage und schon ist Zeit, um Luft zu holen.

Ob in der Stadt oder auf dem Land: Parks, Gärten oder Felder zeugen vom Stand der immer gleichen Jahresabläufe. Sie geben Struktur und können so zu einer Art Ritual werden, das stärkt und Kraft gibt.

Alle müssen sich nach diesem Rhythmus richten. Sogar das Marketing unterwirft sich ihm bereitwillig. Und Verpackung setzt da ein deutliches Zeichen.

Inhalt

Schwerpunkt Verpackungsdruck

- 8 Bunte Welt des Verpackungsdrucks
- 9 Mehr Effizienz und Konsistenz im Packungsdesign: KI, Software oder doch der Mensch?
- 10 Mediterranean spirit: A visual and tactile ode
- 12 Amerika im Blick – Von allen Seiten betrachten ...
- 14 Umschlagprojekt: Heißprägen mit Gefühl

16 By Beth: Beauty, consciously considered

17 Suederei Naturseifen: Pack' es nachhaltig an!

18 Mera: Mensch-Tier-Beziehung im Fokus

19 Gestalterische Herausforderung durch alternative Verpackungsmaterialien: Lernen im Arbeitsprozess

20 Veredelungen, Verpackungen und Nachhaltigkeit für die Zukunft: Aus dem Regal in den Einkaufskorb

21 Lupinion: Werte im Detail erklärt

Markenführung

22 Recht – Künstliche Intelligenz – Teil 3
Wenn KI querschießt

26 Markterfolg durch Storytelling: Emotionen im Regal



- 27 Trends im Beautymarkt Südkorea: Zwischen Erlebnis und Tradition
 - 28 Nachhaltigkeit – Die Zeitenwende hat begonnen
 - 29 Aus der Konsumentenpsychologie – Nett schmeckt süß
 - 29 Aus dem Handel – Kundenbindung über Erlebnishandel
- Portrait**
- 30 Denomination Verliebt in Getränke

32 TopThema
Die Welt von Tee

- 32 Genuss, Gesundheit, Kult und Kultur
- 33 Wie die Zielgruppe die Verpackung beeinflusst
- 34 Das Besondere betonen

Entdeckt

- 36 Produkte natürlich verpacken
- 36 Kleine Wahrheiten – Wer lesen kann, ist klar im Vorteil ...

Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt: Ingo Beutler, Kira Hädrich, Claus Jung, Anne Luneau, Florian Schaake, Stefanie Twellmann
- 23 Börse Packungsdesign
- 37 Verpackungsservice
- 38 Vorschau
- 38 Impressum
- 39 Lesen & Nachschlagen



Titel:

Nach acht Jahren öffnet die Drupa in Düsseldorf als größte Druckfachmesse der Welt wieder ihre Türen. Wer genau hinschaut, erkennt in den munter zusammengestellten Faltschachteln die Messehallen wieder, die ebenso launig die elementaren Träger der gedruckten Botschaften entlassen: Die CMYK-Offset-Dots als Luftballons. Wer von soweit oben auf das bunte Treiben schaut, sieht auch die globale Relevanz.



Gestaltet von De/sign Heinisch, Düsseldorf
 Druck: Karten Druck und Medien, Mönchengladbach
 Veredelung: Die Druckveredelung Köch & Glasder, Neuss
 (siehe auch Artikel auf Seite 14)



creative 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.
www.koehlerpaper.com