

creativ verpacken

**Packaging
Design
Marketing** Oktober 2024 / 7
217. Ausgabe
A 42311

Beutelsbacher:
Energiekick für jeden Tag

Meyer-Näkel:
Wein der Hoffnung

Künstliche Intelligenz:
Aus der Designpraxis

Getränke

Ute v. Buch
Herausgeberin



Dietrich v. Buch
Verleger

Welt in Veränderung

Welche Aufbruchstimmung entstand auf deutschen Autobahnen, als vor vielen Jahren die ersten Mövenpick Marché Restaurants Einzug in die Autobahnraststätten hielten! Anstelle von Haxe, Sauerkraut und Pommes gab es nun viel Gemüse, Salat und Rösti – alles frisch zubereitet. Insgesamt nicht nur eine Wende in Sachen Produktqualität, sondern die Hoffnung auf einen neuen Geist in der Raststättenphilosophie. Nun musste niemand mehr die Schweizer um ihre chicen Autobahnrestaurants und deren angenehmes Angebot beneiden. Indes die wundersame Marché-Vermehrung fand an den deutschen Autobahnen nicht statt. Es blieb lange Jahre bei der Handvoll Restaurants dieser Art. Nun ist nur noch eines übriggeblieben. In die anderen Standorte ziehen zum Beispiel Burger King und Starbucks ein. Amerikanische Fast-Food-Kultur zeigt ihre Überlegenheit über Schweizerische Küche – ein Zeichen des Zeitgeists?

Szenenwechsel: Das ohnehin zugebaute Fürstentum Monaco legt seit Jahren eine fieberhafte Bauaktivität an

den Tag. Auf einer Insel im Wasser entstehen Bauten mit luxuriösen Wohnungen. Allein das Fundament des Sockels hat Jahre gebraucht. Mittlerweile kann man sehen, was umgesetzt wird. Noch ist der daneben liegende japanische Garten, einst von Fürstin Gracia Patrizia eröffnet, vorhanden, wenn auch Teile davon – so scheint es – erneuert werden. Es handelt sich hier um eine der wenigen öffentlichen Grünflächen des Fürstentums. Das auf der anderen Seite des Gartens liegende Kongress- und Ausstellungsgelände Grimaldi Forum wird ebenfalls erweitert, so erhält die Luxe Pack Monaco ab 2025 nicht nur mehr Ausstellungsfläche, sondern auch einen neuen Eingang. Das Zelt, in dem alles 1988 begann, gehört dann endgültig der Vergangenheit an. Ein echtes Upgrading für die Luxe Pack ...

Das Verabschieden liebgewonnener Gewohnheiten gehört mit in die Welt der Veränderung. Oftmals ist es so, dass sich dann neue Perspektiven ergeben – und das ist auf allen Ebenen reizvoll.

Inhalt

Schwerpunkt Getränke

- 8 Verwirrende Vielfalt
- 9 Designkonzepte für Wein: Verpackung als Spiegelbild des Winzers
- 12 Amerika im Blick – Teatime, Darling!
- 14 Breslauer Gin Schöpferische Freiheit

15 Beutelsbacher: Bio trifft Energy – der gesunde Kick?

16 Meyer-Näkel
Ein Wein voller Hoffnung

- 17 Langsam und familiengeführt: Brauereien zeigen Gesicht
- 20 Tethered Caps – den Verbraucher gewinnen
- 20 Getränkeuntersetzer: Wertvollste Werbefläche der Welt

Markenführung

- 24 Recht – Hält doppelt wirklich besser?
- 25 Ramenfaktur Aus der Gastro auf den Esstisch
- 26 Branding allein reicht nicht Die Kunst des Storytellings auf der Verpackung
- 27 Aus dem Handel – Community Building als Erfolgsschlüssel



Portrait

28 Shuttle Design Studio
Auf zu den Sternen

TopThema

30 Künstliche Intelligenz:
Fluch oder Segen?

31 Heiliger Bimbam
Kann ein Rechner
unberechenbar?

- 32 Künstliche Intelligenz
im Design
Wunderlampe oder Büchse
der Pandora?
- 33 Wie viel Liebe wird bleiben?
- 34 KI: Vom sinnvollen Anwenden
im Designprozess

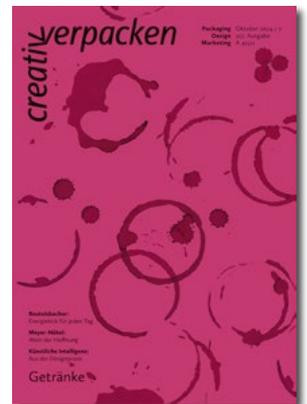
Standards

- 3 Editorial
- 6 *creativ verpacken* fragt:
Stefan Bierbaum, Dieter Hauser,
Till Neumeister, Markus Niessner,
Henning Schmidt, Stefan Wies-
mann
- 37 Lesen & Nachschlagen
- 21 Börse Packungsdesign
- 35 Verpackungsservice
- 36 Vorschau
- 36 Impressum



Titel:

Ein feucht-fröhlicher Abend hinterlässt Spuren, unter Umständen auch auf einem Tisch oder einer Tischdecke. Kreise und Kleckse überziehen diese. Es kann am nächsten Tag nur geraten werden, welche Getränke verkostet wurden. Doch vielleicht ist das gar nicht so wichtig, denn eindeutig standen Getränke auf dem Tisch. Das Muster, eine Idee von Silvia Pohling, umhüllt die Getränkeausgabe von *creativ verpacken*.



www.silviapohling.de



Koehler
PAPER

Hergestellt aus 100 % Sekundärfaserstoff-fen verwandelt das Creative Board von Koehler jedes Projekt in ein optisches und nachhaltiges Highlight. Ausgezeichnet mit dem Umweltzeichen *Blauer Engel* punktet dieser Karton gleich in mehrfacher Hinsicht: Er ist chlor- und säurefrei und gesundheitlich wie ökologisch absolut unbedenklich. Im Dekorations- und Gestaltungsbereich beflügelt er mit seinen 27 brillanten Farben die Fantasie und lässt auch anspruchsvolle Craft-Projekte Wirklichkeit werden. Für die aktuelle Ausgabe von *creativ verpacken* wurde *creative board magenta* und ein Flächengewicht von 270 g/m² gewählt. www.koehlerpaper.com