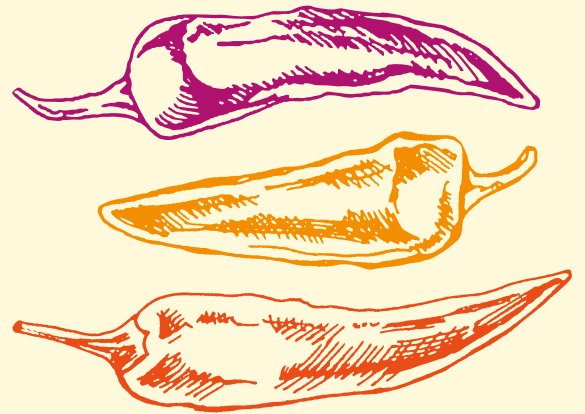


creativ *verpacken*

30
JAHRE

Packaging
Design
Marketing

Oktober 2026 / 5
229. Ausgabe



Vom Fass:
Markenidentität
in der Vielfalt

Haustiere:
Emotionale Ansprache
gefragt

Kaffee:
Hohe Anforderungen
an die Verpackung

Lebensmittel



Inge v. Buch

Herausgeberin



Dietrich v. Buch

Verleger

Von Angesicht zu Angesicht

Es braucht keinen Anlass, um sich zusammenzusetzen und auszutauschen. Wenn es einen Grund zu feiern gibt, dann ist es umso schöner. Ein solcher ist der 30ste Geburtstag von *creativ verpacken*, den wir in diesem Jahr in jeder Ausgabe begehen und am 1. Oktober bei zauberhaftem Spätsommerwetter an einem besonderen Ort in Berlin feierten.

Ein *creativ verpacken* dialog mit Impulsvorträgen sorgte für Gesprächsstoff, ließ über manches nachdenken und motivierte, die Zukunft der Marken aktiv zu gestalten. Und natürlich gab es gutes Essen und feine Getränke.

Es waren Wegbegleiter ebenso wie Newcomer zusammengekommen, tauschten sich aus, lachten, diskutierten und stießen auf den Anlass an. Verschiedene Grußworte drückten die Wertschätzung aus, die *creativ verpacken* in den vergangenen drei Jahrzehnten erwerben konnte. Der stete Drang, sich inhaltlich weiterzu-

entwickeln gehört zu den Kernkompetenzen der Zeitschrift ebenso wie ein Gespür dafür, was wichtig ist.

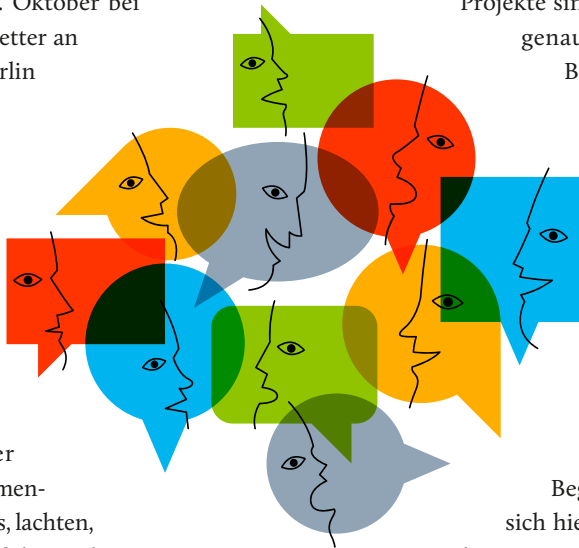
Es war ein runder Tag mit Blick auf das Wasser, den alle Beteiligten genossen haben. Auch erste gemeinsame

Projekte sind bereits in der Pipeline. Und genau das macht die persönliche Begegnung aus: mit einer Tasse Kaffee oder Tee in der Hand mit einander zu plaudern.

Oft entstehen dabei neue Ideen, gemeinsame Projekte oder Impulse für die Zukunft. Wie anders ist doch der digitale Austausch von Bildschirm zu Bildschirm. Das ist zweckmäßig, jedoch wenig inspirierend.

In den Stunden der Begegnung wurde deutlich, dass sich hier ein Feld auftut, das keine KI zu betreten in der Lage ist ...

Genießen Sie den persönlichen Austausch mit anderen. Er ist wertvoll und unersetzlich.



Inhalt

Schwerpunkt Lebensmittel

- 8 Sage mir, wo du einkaufst,
und ich sage dir, wer du bist

9 Vom FASS: Designsprache für jeden Geschmack

- 10 Schusters Würzerei:
Markenauftritt bodenständig
und unprätentiös
- 11 Lebensmittelmarkt im Wandel:
Produkten Strahlkraft geben

12 Heimtierbedarf: Mehr Emotion für unsere Lieblinge

- 14 Exklusiv bei Fressnapf:
Frish im Tiefkühlregal

- 15 Ella's Kitchen:
From baby to toddler
- 16 Moko Chocolates Ägypten:
Handwerkskunst farbenfroh
gestaltet
- 17 Blick nach Großbritannien –
DOZZ: Dose als disruptives
Suppenformat
- 18 Griesson – de Beukelaer
Storybeing vor Storytelling:
Packungsdesign als zentraler
Anker
- 19 Houdek Kabanos:
100 Jahre (Verpackungs-)
Geschichte

Markenführung

- 22 Recht –
Schutz für die Schachtel
Packaging Design auf Knopf-
druck?
- 24 *creativ verpacken* 30:
Die Welt der Titel
zu Schwerpunktthemen
- 28 Wissensbox Verpackung –
PFAS in Verpackungen:
Verantwortung
statt Vermeidung
- 28 Aus dem Handel –
Bessere Sichtbarkeit
mithilfe von KI?

26



17



15



10



16



Portrait

- 26 **derpfeil**
Offenheit fördert
Out-of-the-box-denken

TopThema Getränke

- 29 Ein Markt in Bewegung
30 Vin.Zenz:
Moderner Gestaltungs-
ansatz für Wein

- 31 **Kaffee und Verpackung:**
Vielfalt der Anforderungen

- 34 Flensburger Küstenlimo:
Kreislaufgedanke umgesetzt
34 Premium-Inszenierung
auf Recyclingpapier
36 Premix-Cocktails:
Markante Farbwelt trifft
auf Frucht
37 Beutelsbacher Jubiläums-
edition: Das Etikett erzählt
die Geschichte
38 Getränkekonzepte:
Zwischen Erleben, Erfahren
und bewusstem Wahrnehmen
40 Mehrweg –
Lösung von Problemen?

Standards

- 3 Editorial
6 *creativ verpacken* fragt:
Peter Bossecker,
Sabine Funk, Andreas Milk,
Henning Schmidt
43 Lesen & Nachschlagen
20 Börse Packungsdesign
41 Verpackungsservice
42 Vorschau
42 Impressum

38



Titel:

Gewürze sind das Salz in der Suppe. Dank ihrer Farben sprechen sie auch das Auge an. Ihre Verpackung bietet eine große Vielfalt, um Pulver, getrocknete Blätter und Früchte sowie Gewürzmischungen zu schützen. Auf dem Titel von *creativ verpacken* wurden zudem Geschmack und Genuss visualisiert. Das Motiv ist eine Idee von Silvia Pohling. www.silviapohling.de



Hardzeichnungen: AdobeStock/Maria Mazaeva, Zeichnungen: Firefly, Fotos: AdobeStock: Ut: supamas, Uz: nazarovsergey, U4: geb: Nianet Jangam, rot: Montree, braun: zcy



Koehler
PAPER

In der aktuellen Ausgabe von *creativ verpacken* wurde Koehler Eco® Paper in Sulphur, mit einem Flächengewicht von 270 g/m² eingesetzt. Die warme Farbnuance schafft einen modernen, positiven Auftritt und setzt wirkungsvolle Akzente. Koehler Eco® Paper wird vollständig aus Sekundärfasern gefertigt und ist mit dem Umweltzeichen *Blauer Engel* und dem EU Ecolabel zertifiziert. www.koehler.com