

Creativ verpacken

packaging, design, marketing

Verpackung ist wie ein Kleidungsstück. Oft sagt sie mehr über ein Produkt aus als dieses selbst. Packungsdesign verhilft der Marke zu ihrem Gesicht, macht sie sichtbar. Das geht weit über die so wichtige Schutzfunktion hinaus, die die meisten Produkte benötigen, um auf dem Weg zwischen Herstellung und Verkauf überleben zu können. Für kreativ verpacken ist das Sichtbarmachen von Produkten eine wichtige Aufgabe der Verpackung und frühzeitig in Marketingkonzepte einzubinden. Es geht um mehr als nur schöne Grafiken, mit der die Marke hübsch gemacht wird. Es geht um Botschaften, Qualität, Authentizität, Wahrhaftigkeit ... Nur ein ehrliches Produkt, dem es gelingt, seine wichtigsten Informationen über seine Hülle zu transportieren, kann sich mit einer passenden Gestaltung in die Herzen der Verbraucher spielen. Die Supermarkt- und Discountergesellschaft ruft nach verkaufstauglichen Verpackungen, die sowohl den Inhalt schützen, als auch seine Botschaft(en) transportieren. Der rasche Griff ins Regal ermöglicht allen ein zielgerichtetes Einkaufen. Gleichzeitig sagt das äußere Kleid einiges über die Philosophie der Marke und den Wert des Inhalts aus. Auf der Werbefläche Verpackung kann sich das Produkt präsentieren – am besten so wie es wirklich ist, damit es beim Auspacken zuhause keine Enttäuschung gibt. Etikett, Tube oder Faltschachtel sind die Träger von Markenbotschaft und Packungsinhalt. Mehrwegkonzepte, die in immer mehr Bereichen des Handels zu finden sind, ergänzen das Angebot von Produkten, die eine Verpackung zum Transport benötigen. Hier gilt es, sinnvolle und für den Verbraucher bequeme Rücknahmekonzepte aufzubauen – ähnlich wie im Getränkebereich. kreativ verpacken steht im Mittelpunkt der verschiedenen Verpackungskonzepte, die Produkte zum Verbraucher bringen. Mehr denn je ist eine klare Kommunikation gefragt, zumal etliche Handelsunternehmen auch den Unverpackt-Ansatz integrieren. Der Verpackungsmarkt ist in Bewegung. Neues wird entwickelt. Es geht um Ressourcenschonung und Verantwortung – und immer wieder um den Schutz der Produkte. Diese Wege begleitet kreativ verpacken nicht nur, sondern ist mitten drin und unterstützt mit der Berichterstattung, sowohl in der Zeitschrift als auch auf der Internetseite die Weiterentwicklung von Branchen und Märkten. Ein Netzwerk von Spezialisten klärt nicht nur auf, sondern setzt auch die notwendigen Akzente. Als Zielgruppen erreicht das achtmal im Jahr erscheinende Magazin - Entscheider und Budget-Verantwortliche, die erfolgreich Produkte im Markt platzieren möchten - Geschäftsführer, Product und Marketing Manager, Brand Manager sowie Verpackungsentwickler, Materialhersteller und Verpackungseinkäufer - Markenartikelindustrie, Handel, Hersteller aller Food- und Non-Food-Bereiche, sowie Verpackungshersteller und -veredler - Packungsdesigner, Kreativ- und Werbeagenturen, Shopdesigner



120,00 €

112,15 € (zzgl. MwSt.)

Jahresabo Inland

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

Artikelnummer: 9771433875008

Medium: Zeitschrift

ISBN: 977-143387500-8

Verlag: Lindenhaus

Verlagsgesellschaft

Erscheinungsweise: 8 Ausgaben pro Jahr

Sprache(n): Deutsch

Produktform: Other printed item

