

# Inhalt

<b>Vorwort .....</b>	<b>7</b>
<b>Kapitel 1</b>	
<b>Die Verpackung als Marketinginstrument –</b>	
<b>Anforderungen und Funktionen .....</b>	<b>9</b>
<i>Christina Vaih-Baur</i>	
<b>Kapitel 2</b>	
<b>Marken – Labels – Brands</b>	
<b>Was leistet die Verpackung zur Markierung</b>	
<b>eines Produktes? .....</b>	<b>27</b>
<i>Sonja Kastner</i>	
<b>Kapitel 3</b>	
<b>Vertriebs- und Absatzwege von Verpackungen –</b>	
<b>Ein Interview mit Ekart Kuhn, Ekupac GmbH .....</b>	<b>43</b>
<i>Thordis Eckhardt</i>	
<b>Kapitel 4</b>	
<b>Public Relations für Verpackungen –</b>	
<b>Kommunikationswege und Instrumente .....</b>	<b>57</b>
<i>Thordis Eckhardt</i>	
<b>Kapitel 5</b>	
<b>Trends im Verpackungsdesign –</b>	
<b>Versuch einer Kategorisierung .....</b>	<b>83</b>
<i>Andrea Hennig</i>	
<b>Kapitel 6</b>	
<b>Grün gewinnt – Neue Impulse für nachhaltiges</b>	
<b>Verpackungsdesign .....</b>	<b>99</b>
<i>Andrea Hennig</i>	
<b>Kapitel 7</b>	
<b>Quadratisch. Praktisch. Gut –</b>	
<b>Textgestaltung von Verpackungen .....</b>	<b>111</b>
<i>Sonja Kastner</i>	

*Inhalt*

<b>Kapitel 8</b> <b>Verpackungen multisensuell stimmig gestalten –</b> <b>Mit Klang und Duft Mehrwert erzielen .....</b>	<b>131</b>
<i>Christina Vaih-Baur</i>	
<b>Kapitel 9</b> <b>Smart Packaging – Intelligente Verpackungen</b> <b>im Supermarkt von morgen .....</b>	<b>149</b>
<i>Andrea Hennig und Sonja Kastner</i>	
<b>Kapitel 10</b> <b>Die Kraft des Materials –</b> <b>Innovationspotenziale nutzen .....</b>	<b>169</b>
<i>Andrea Hennig und Christoph Jung</i>	
<b>Kapitel 11</b> <b>Verpackungsforschung – Ein Interview mit</b> <b>Prof. Dr. Horst-Christian Langowski, Leiter des</b> <b>Fraunhofer-Instituts für Verfahrenstechnik</b> <b>und Verpackung (Fraunhofer IVV), Freising .....</b>	<b>189</b>
<i>Thordis Eckhardt</i>	
<b>Die Autoren .....</b>	<b>205</b>