

Inhalt

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

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