

Verpackung der Zukunft

Eine Sonderveröffentlichung des Reflex Verlages am 07. Februar 2012 im Handelsblatt*

Themenschwerpunkte

- Nachhaltig produzieren und verpacken
- Packstoffe und Packmittel
- optimierte Reinigungsprozesse und Hygienic Design
- Innovative Verpackungsgestaltung
- ergonomisch + informativ + praktisch

In der Prozesskette von der Produktion bis zum Verkauf einer Ware spielen Verpackungen eine tragende Rolle: Viele Produkte können ohne Verpackungen nicht gelagert, verteilt oder verkauft werden. Die Verpackung bietet einerseits Schutz, ermöglicht die Lagerung und den Transport, dient andererseits aber auch der Information, der Verkaufsförderung und der Entnahme.

Neben diesen Funktionen werden immer mehr Anforderungen an zukunftsfähige Verpackungen gestellt: Sie sollen rückverfolgbar, unverwechselbar, nachhaltig und einfach zu handhaben sein.

Die richtige Hülle ist unerlässlich. Die Ansprüche der Konsumenten ändern sich ständig. Verbraucher von heute verlangen Produkte und Verpackungen, die sich optimal an ihren Lebensstil anpassen. Verpackungen unterliegen dem gesellschaftlichen Wandel und sich verändernden Konsumgewohnheiten.

Nachhaltigkeit ist eines der großen Themen unserer Zeit. Hersteller von Packmitteln, Verpackungsmaschinen und Verpackungen stellen sich daher heute mit vielen Innovationen den ökologischen und ökonomischen Aspekten im Umgang mit den Ressourcen.

Die Bandbreite von Verpackungen ist schier endlos und muss präzise auf die jeweilige Ware und deren Eigenschaften abgestimmt werden.

Um den bestehenden Informationsbedarf zu decken, veröffentlicht der Reflex Verlag die Sonderveröffentlichung „Verpackung der Zukunft“

Die einzelnen Artikel zu „Verpackung der Zukunft“ werden in der Redaktionssitzung definiert und ausschließlich von der Reflex-Redaktion geschrieben. Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen werden in Interviews und Gastbeiträgen erörtert.

Für Fragen und Anmeldungen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung.

*Der Reflex Verlag und die Verlagsgruppe Handelsblatt sind rechtlich getrennte und redaktionell unabhängige Unternehmen.

BUCHUNG ÜBER



Anika Förster, Projektleiterin
T 030 / 2008 949 -17
M anika.foerster@reflex-media.net

reflex
VERLAG

Eckdaten

Distribution	Handelsblatt
Auflage	161.000 Exemplare, 392.000 Leser (AWA 2011)
Format	Tabloid
Seitenmenge	16 Seiten
Redaktionssitzung	19. Dezember 2011
Buchungsschluss	06. Januar 2012
Druckunterlagenschluss	20. Januar 2012
Erscheinungstag	07. Februar 2012

Das Handelsblatt

- ... erreicht 306.000 Top Entscheider in Deutschland (LAE 2011): keine überregionale Tageszeitung erreicht mehr Top-Entscheider.
- ... weist in zahlreichen Entscheider-Zielgruppen höchste Affinitäten aus. Die Reichweite bei der Zielgruppe der Leitenden Angestellten beträgt 87%. Damit wird eine Fehlsteuerung von Werbegeldern vermieden (LAE 2011).

Beteiligungsmöglichkeiten

Textbeiträge werblich:

- Präsentation (Unternehmen / Produkt o.ä.)
- Interview

Textbeiträge nicht werblich:

- Gastbeitrag
- Interview

6.500 Zeichen* (1/1 Seite) 19.902,-
2.800 Zeichen* (1/2 Seite) 12.100,-
1.600 Zeichen* (1/3 Seite) 8.834,-
weitere Formate auf Anfrage

Alle Preise in Euro und zzgl. MwSt.
Textanschluss und Platzierungsaufschlag zusätzlich 15%.
Zahlung: 20 Tage netto. Rechnung am Publikationstag.

* Die Zeichenmengen bei Textbeiträgen verstehen sich inkl. Leerzeichen und können - je nach Anzahl und Größe gelieferter Bilder / Grafiken u.ä. variieren.

Es gelten die AGB der Reflex Verlag GmbH,
Hackescher Markt 2-3, 10178 Berlin.

www.reflex-media.net

Der Reflex Verlag und die Verlagsgruppe Handelsblatt sind rechtlich getrennte und redaktionell unabhängige Unternehmen.

BUCHUNG ÜBER



Anika Förster, Projektleiterin
T 030 / 2008 949 -17
M anika.foerster@reflex-media.net

reflex
VERLAG