

PRESSEINFORMATION

Packaging Innovations 2016 -

„Klasse Event, klasse Publikum, klasse Location“

Ein neues Event-Konzept überzeugt!

Berlin 2017 steht bereit.

Die „Packaging Innovations“ 2016 in Hamburg hat als erster Packaging „Showroom“ mit „more touch und more pleasure“ begeistert. Rund 1300 Fachbesucher kamen vom 23. - 24. Juni in die Fischauktionshalle, um das Packaging Event des Jahres zu erleben - mit einer großen Bandbreite von multisensorisch und emotional ansprechenden Verpackungs- und Veredelungslösungen bis hin zu inspirierenden Designkonzepten für Luxusprodukte, präsentiert von 45 Ausstellern. Ebenso überzeugte die außergewöhnliche Event-Architektur, die Cardboard konsequent einsetzte - ob als kreatives Verpackungselement oder als Baumaterial. Glanzvoll feierte die Szene am Abend des ersten Messtages Party im rauen Ambiente der Industrielocation am Hafen. Im Norden bleibt die «Packaging Innovations» auch 2017, sucht allerdings noch stärker die Aufmerksamkeit der internationalen Marken- und Kreativ-Szene. Also heißt der neue Standort Berlin. Das Motto 2017 weist in die Zukunft: „Design meets Technology“.

„Das neue Event-Konzept der «Packaging Innovations» überzeugt - sowohl von Aussteller - als auch von Besucherseite erhielten wir zahlreiche begeisterte Feedbacks“, zog Easyfairs Event Director Martina Hofmann ein positives Fazit. „Es ist uns gelungen, erfolgreich ein außergewöhnliches, individuelles Event-Konzept umzusetzen - darin integriert Aspekte der Kunst, Lifestyle, Convenience sowie technische Raffinesse und Verpackung als emotionsgeladenes Werbe- und Kommunikationsmittel dargestellt. Wir sind also auf einem sehr guten Weg!“

Verpackung der Zukunft: Multisensorisch und emotional ansprechend

„Marken multisensorisch mit allen Sinnen erleben“: Dieses Motto stand im Mittelpunkt der Präsentationen auf der «Packaging Innovations 2016». Gezeigt wurde, welche Macht Verpackungen haben und welche Innovationen in Ihnen stecken. Wie in der „Karl Knauer Champions Lounge“, die herausragende Marken in preisgekrönten Verpackungen vorstellte - darunter Bacardi/Bombay Sapphire (28 weltweite Awards für die Verpackung), LVMH/Glenmorangie (3 Awards für die Verpackung), Alpirtsbacher Bier, Senft (Edel Whisky, Rum, Vodka), Brennerei Weiß, Steinhauser See Gin, Lindt und Anselmann Weine.

Wie man Luxus innovativ „verhüllt“, zeigte unter anderem die Mumm Art Kollektion. Constantia Flexibles macht in der limitierten MUMM Künstleredition mit Alex Trochut aus Geschmack eine Kunstform. Ziel ist es, die Werte der Marke in die Verkaufsregale zu transportieren. Besucher konnten im Pop Up Showroom die drei Sorten der limitierten Künstleredition testen, gleichzeitig verifizieren, wie die Verpackung als Sammlerstück und Limited Edition wirkt und mit Fachleuten diskutieren, warum visuelle Authentizität immer wichtiger wird.

Hohe Besucherqualität - spannende Branchen

Designer, Brand Owner, Product Manager und Packaging Professionals: Alle kamen zur „Packaging Innovations“ in die Fischauktionshalle - darunter auch viele Besucher aus Agenturen und der Lebensmittel-, Kosmetik- und Konsumgüterindustrie. Zum Beispiel Alnatura, Beiersdorf AG, BASF, Bell, Brown-Forman, Caterpillar Motoren, Carl Kühne KG, Edding, Edeka, HP, J.J. DARBOVEN, Johnson&Johnson, Lufthansa-Technik, 3 M, Montblanc, mymuesli, Novo Nordisk, Pelikan, Porsche, STABILO, Rügenwalder Mühle, Scholz & Friends, Tschibo, Unilever. Zahlreiche anwesende Experten und Entscheider garantierten ein erfolgreiches Netzwerken.

Rahmenprogramm de luxe: Karim Rashid, Harper's Bazaar Talk, Packaging Camp

Zu den „Must Haves“ des umfangreichen Rahmenprogramms zählte der gut besuchte Vortrag von Special Guest Design Dandy Karim Rashid (NYC) über „The Future of Packaging/Design“. Mit seinem Konzept des „Sensuous Minimalism“, die Welt dem Menschen nachzugestalten und sie dabei dennoch aufzuräumen und zu entrümpeln, erntete der Global Popstar des Designs in Hamburg großen Applaus!

Auf die Spur von „Nachhaltigem Luxus und Luxus der Nachhaltigkeit“ begab sich die Gesprächsrunde des Harper's Bazaar Talk mit Barbara Kraus und hochrangigen Experten wie Tobias Phlebs (Brand Union Germany), Andrea Karg (Gründerin und Künstlerische Leiterin des Kaschmir-Modelabels ALLUDE), Steffen Seifarth (Kosmetik Industrie) und Markus Lingemann (OFF Office). Frank Rehme, Retail Innovation Evangelist und Unternehmer, öffnete dem Publikum in seiner Keynote neue Welten zum „Emotional Packaging“ als neue Schnittstelle zwischen Produkt und Verbraucher. Wie Verpackungsdesign zum Imagekatalysator der Marke wird: Das lernten Teilnehmer des exklusiven Branding Workshops Packaging Camp, der im Rahmen der «Packaging Innovations» stattfand.

Mehr Informationen zum Rahmenprogramm 2016 siehe www.pi-hamburg.com

Was bleibt und was kommt:

It's all about Packaging 2017 - „Design meets Technology“ in Berlin

Für 2017 kündigt Event Director Martina Hofmann an: „Ab April 2017 wird die Packaging Innovations als Event und Showroom eine konstante Budget-/Größe für Aussteller und Besucher rund um Packaging-/Design, Art, Lifestyle, Convenience und Marketing in Berlin. Packaging und Produkte gemeinsam mit allen Sinnen erleben.“

In Hamburg haben wir einen aussagekräftigen und erfolgreichen Showcase lanciert, der die Zukunft des Packaging Innovations Event-Konzepts repräsentiert und durch Klasse und Erlebnis überzeugte. Nun geht es in der Zukunft darum, das Event vertikal und horizontal mit bewährten und neuen Ausstellern, Partnern sowie Multiplikatoren zu vertiefen“, so Martina Hofmann.



Unter dem Dach „It's all about Packaging - Design meets Technology“ - werden folgende drei Event Brands vom 5.-6. April 2017 in der Arena Berlin als ganzheitliche Plattform dargestellt:

Packaging Innovations - das internationale Event für Verpackungslösungen, Design, POS & Markenbildung; Luxury Packaging - der visionäre Luxury Packaging Pop Up Showroom sowie Label&Print - das Event für Druck-, Kennzeichnungs- & Veredelungstechnologien.“

Warum jetzt Berlin? Martina Hofmann: „Berlin ist in Sachen Design eine aufstrebende Stadt und Anziehungspunkt Nummer 1 für Besucher aus aller Welt. Nicht nur die internationale Community machen diesen Standort spannend, sondern auch das dort vorhandene einzigartige Kreativpotenzial.“ Startups, innovativer Mittelstand und weltweit operierende Großkonzerne sind in Berlin angesiedelt und nutzen den Standort als Experimentierfeld. In der Region sind rund 700 Konsumgüter-Industrieunternehmen installiert und erwirtschaften mit mehr als 100.000 Beschäftigten rund 24 Mrd. Euro Umsatz. „Berlin ist zudem Hot Spot für internationale Veranstaltungen und Festivals“, so Martina Hofmann. Mit rund 1,6 Mrd. Gesamtumsatz jährlich bildeten die Sparten Design/Werbung in Berlin das stärkste Cluster in Deutschland. „In diesem Umfeld ist es Ziel von Easyfairs, die Packaging Innovations als feste Budgetgröße zu etablieren - nah an der internationalen Kreativszene und nah genug (250 Kilometer) für einen Tagesausflug von Hamburg.“

Aussteller der „Packaging Innovations“, „Luxury Packaging“ und „Label&Print“ haben in Berlin die Wahl, ihre Inszenierung auf dem Event selbst zu bestimmen. Ob Start-Up oder Großkonzern - der passende Auftritt wird nach Wunsch und Anforderung konfiguriert. In „All-In Cardboard“-Architektur oder als „All-In Standard“ an einer Premium oder Standard Location. Jetzt ist Zeit für eine Buchung!

Die Ausstellerstimmen zur «Packaging Innovations 2016» in Hamburg:

Frank Rehme, POPAI D-A-CH: klasse Event, klasse Publikum, klasse Location: Das sind Rezepte für eine spannende Veranstaltung, wie wir sie erlebt haben.

Anders Hansen, Managing Director, The IPD Group (Großbritannien): „Wir sind sehr zufrieden mit den zwei Tagen «Packaging Innovations» in Hamburg. Wir konnten interessante Kontakte realisieren und haben auch Neukunden gewonnen. Die Qualität der Besucher war sehr gut; es kamen gut informierte Fachbesucher mit konkreten Anfragen - für uns die ideale Zielgruppe. Die Fischauktionshalle hat für das Event genau gepasst - eine coole Location mit Charme.“

Anita Millot, Sales Applic Etains (Frankreich): „Das Thema Luxusverpackungen war auf der «Packaging Innovations 2016» in Hamburg gut positioniert. In vielen interessanten Gesprächen konnten wir die Verbindungen zu bestehenden Kunden intensivieren und neue, vielversprechende Kontakte knüpfen.“

Christoph Sontheimer, Business Development Manager, Eckart: „Ich bin sehr begeistert von dem Zuspruch, den wir erfahren haben. Wir hatten viele Besucher am Stand, die mit gezielten Fragen zum Thema Veredelung - zum Beispiel Metallic- und Perlglanzpigmente und 3D-Effekte für Verpackungen oder Broschüren - an uns herangetreten sind. Ebenso nutzten viele Besucher die Gelegenheit, sich Innovationen erklären zu lassen. Und sie waren neugierig zu erfahren, wie sich die Bereiche Metallic-Farbe und Druck in Zukunft entwickeln werden. Besucherzahl und -frequenz waren sehr zufriedenstellend, die Stimmung durchweg gut. Was will man mehr?!“



Michael Sirges, Vertrieb Kolbe Coloco: „Die «Packaging Innovations 2016» in Hamburg war ein guter Event für uns. Wir haben wichtige potenzielle Neukunden getroffen und sehr gute Kontakte gewonnen - neben Agenturen auch Produzenten und Vertreter der Konsumgüterindustrie aus dem Raum Hamburg. Besonders unsere Broschüren über Bilder mit 3D-Lenticular-Effekten waren schnell vergriffen. Gefragt war alles, was Verpackung und Produkte interessant macht. Insgesamt ist unser Eindruck: Das Event-Konzept stimmt, die Organisation hat bestens geklappt und die Fischauktionshalle ist eine super Location.“

Lukasz Przybyl, Transpack (Polen): „Die Veranstaltung hat uns sehr gut gefallen. Wir haben viele interessante Kontakte - dabei auch konkrete Anfragen - generiert, vor allem im Bereich Lebensmittel und Kosmetikindustrie. Auch den Veranstaltungsort fanden wir außergewöhnlich, ebenso wie das Standkonzept. Es hat alles gut gepasst!“

Carsten Schmier, Marketing-Projektmanager Colordruck Baiersbronn: „Wir sind nicht mit großen Erwartungen nach Hamburg gekommen, waren aber dann wirklich positiv überrascht - auch von der klasse Location. Es kamen viele Interessenten an unserem Stand und wir führten viele gute Gespräche - mit vielversprechenden und hochwertigen Kontakten. Die «Packaging Innovations 2016» in Hamburg war für uns erfolgreicher als im Vorjahr. So fahren wir mit dem Eindruck nach Hause, dass unser Angebot das Zielpublikum anspricht und wir auf dem richtigen Weg sind.“

Nils Stolle, Verpackungsberater Panowo Verpackungen / Vogtland Kartonagen: „Tolle Atmosphäre, sehr interessanter Standort mit spannenden Besuchern: Für uns ist die «Packaging Innovations 2016» in Hamburg prima gelaufen. Gut, dass wir hier waren! Wir sind zufrieden! Wir haben mit vielen potenziellen neuen Kunden gesprochen, sehr gute Kontakte geknüpft und auch konkrete Anfragen erhalten.“

Informationen über Artexis Easyfairs

Artexis Easyfairs ermöglicht Fach- und Privatbesuchern einen Blick in die Zukunft „visit the future“. Leitveranstaltungen ihrer Branche greifen die Bedürfnisse der Besucher auf und präsentieren Lösungen in einem auf den jeweiligen Markt abgestimmten idealen Veranstaltungsformat.

Unter der Marke **Easyfairs** veranstaltet die Gruppe im Moment 125 Messen und Ausstellungen in 18 Ländern (Algerien, Belgien, China, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, Niederlande, Norwegen, Österreich, Portugal, Russland, Schweden, Schweiz, Singapur, Spanien und Vereinigte Arabische Emirate).

In der D-A-CH-Region organisiert Easyfairs u.a. die Automation & Electronics (Zürich), die Empack (Hannover und Zürich), die Label&Print (Hannover und Zürich), die lab innovations (Lausanne), die Maintenance (Dortmund, Stuttgart und Zürich), die Packaging Innovations (Berlin und Zürich), die Schüttgut (Dortmund, Basel und St. Petersburg, Russland).

Als **Artexis** betreibt die Gruppe in den BeNeLux-Staaten und den nordischen Ländern acht Messegebiete (Antwerpen, Ghent, Mechelen-Brussels North, Mons, Namur (zwei Messegebiete), Malmö und Stockholm). Im Geschäftsjahr 2015/2016 beschäftigt die Gruppe über 435 Mitarbeiter und erwartet einen Umsatz von über EUR 115 Mio.



Das Ziel von Artexis Easyfairs ist es der anpassungsfähigste, aktivste und effektivste Marktteilnehmer in der Messewirtschaft zu sein. Das Augenmerk liegt dabei auf der Einstellung hochmotivierter Mitarbeiter, der Entwicklung der besten Instrumente im Bereich Marketing und Technologie, sowie in der Entwicklung starker Marken. Werfen auch Sie einen Blick in die Zukunft: visit the future - with Artexis Easyfairs.

Für weitere Informationen besuchen Sie unsere Webseite www.easyfairs.com

Weitere Informationen:

Easyfairs Deutschland GmbH

Martina Hofmann
Event Director
Balanstr. 73, Haus 8
81541 München
Tel. +49 89 127 165 185
martina.hofmann@easyfairs.com

Medienkontakt:

Büro für Kommunikation
PR | Texte | Medienberatung
Michaela Geiger
Döltschiweg 20
CH-8055 Zürich
Mobil CH +41 79 406 70 31
Mobil D +49 179 208 95 88
mail@michaelageiger.com

