

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
1 Verpackungsgestaltung im kulturellen Rahmen	13
1.1 Packungen und Marketing	13
1.2 Packungen als Teil der symbolischen Ökonomie	15
1.3 Packungen inszenieren zentrale soziale Konzepte	19
1.4 Packungen als Teil der ästhetischen Ökonomie	25
2 Die Sprache der Packungen	31
2.1 Langue und Parole – die Basiscodes	31
2.2 Die Kommunikationsflächen des Mediums Packung	32
2.3 Das Nackte und das Bekleidete	33
2.4 Die Funktion von materiellen Basiscodes	46
2.5 Die Funktion von sozialen Basiscodes	79
3 Konzeptionen des Wünschenswerten und Verpackungsgestaltung	115
3.1 The idea of a home – Haushaltsprodukte	115
3.2 Creating the perfect body – Kosmetik	128
3.3 The experience economy – Körperpflege	159
3.4 Fein bleiben – Süßigkeiten	170
4 Die Funktion des Geschmacks für die Verpackungsgestaltung	189
4.1 Sozialisation von Geschmacksvorlieben – Pierre Bourdieu	189
4.2 Gliederung der Gesellschaft nach Geschmacksvorlieben	191
4.3 Geschmacksgruppen zeitgenössischer Gesellschaften – <i>taste regimes</i>	192
5 Zentrale Codes – Gestaltungs- und Inszenierungsmöglichkeiten für Verpackungen	199
5.1 Der elitäre Code	200
5.2 Der Code der Gegenwelten	212
5.3 Der Code der Wissenschaft	222
5.4 Der Code der (staatlichen) Institutionen	223
5.5 Der Code der Verantwortung und des moralischen Konsums	226

Inhaltsverzeichnis

6	Exkurs in die Semiotik: Wie kommunizieren wir?	233
6.1	Die semiotische Ausstattung der Packung	233
6.2	Grundbegriffe semiotischer Kommunikation	234
6.3	Der Einsatz von rhetorischen Figuren	240
6.4	Visuelle und verbale Kommunikation	244
6.5	Der Nutzen von semiotischen Analysen	260
6.6	Packungsentwicklung mithilfe von semiotischen Analysen – ein Beispiel	261
7	Erkenntnisse der Psychologie für die Verpackungsgestaltung	275
7.1	Klassische und moderne Kommunikationsmodelle	275
7.2	Ergebnisse der Wahrnehmungs- und Kognitionspsychologie	278
7.3	Die Ergebnisse der Psychophysik	286
7.4	Packungsgestaltung unter dem Aspekt der Informationsverarbeitung	288
7.5	Ergebnisse der Neuropsychologie	296
8	Checkliste: Die Analyse des Packungscodes	299
	Abbildungsverzeichnis	301
	Literaturverzeichnis	304
	Stichwortverzeichnis	308
	Die Autorin	312