

Hierbei handelt es sich um die äussere Umhüllung eines Produktes, die gleich mehrere Aufgaben zu erfüllen hat.

Zum Einen schützt sie das Produkt vor Zerstörung und Verderb während des Transports und der Lagerung.

Gleichzeitig kann die Fläche aber auch dafür genutzt werden, visuelle Botschaften zu Werbe- oder Aufklärungszwecken anzubringen.

Somit macht die Packungsgestaltung durch Farbe und Form einen nicht unbeträchtlichen Teil des Wiedererkennungswerts eines Produktes aus.

Aufgabe der Packungs-Designer ist nun die Entwicklung einer optimalen Form, die es auf der einen Seite ermöglicht, das Produkt möglichst ohne viel "Luft" auf Transportpaletten unterzubringen, auf der anderen Seite soll der Verbraucher durch die Einzigartigkeit sofort zu diesem Produkt geführt werden.