

Presse-Information

Datum: 06.11.08

Ansprechpartner: Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer

Seite: 1/2

Kneipp® Nahrungsergänzungsmittel:

Ideenhaus macht Markenversprechen erlebbar.
Verpackungsdesign als Verkaufsförderer.

Würzburg/München: In der nahezu beratungsfreien Kaufsituation in Drogeriemärkten oder im Lebensmitteleinzelhandel übernimmt das Verpackungsdesign eine verkaufsfördernde Rolle. Nach der selbstähnlichen, markenwertkonformen Weiterentwicklung des Verpackungsdesigns der Kneipp® Mineralstoffe Magnesium, Calcium und Magnesium/Calcium durch Ideenhaus MARKEN.WERT.DESIGN, liefern erste Store-Tests positives Feedback.

Besonders im wettbewerbsintensiven Segment der Nahrungsergänzungsmittel sind die Anforderungen an ein funktionierendes Verpackungsdesign vielschichtig: Es muss vor allem selbst erklärend sein, darüber hinaus auch ohne Blockbildung in den Regalen am POS positiv auffallen, sich vom Wettbewerb klar differenzieren und natürlich eine klare Zuordnung zur Marke geben; insbesondere wenn es sich um eine so traditionsreiche Marke wie Kneipp® handelt.

Kneipp-Marketingleiter Olivier Andrès betraute Ideenhaus MARKEN.WERT.DESIGN mit der Aufgabe, das Verpackungsdesign der Nahrungsergänzungsmittel Kneipp® „Magnesium400“, „Calcium800“ sowie „Magnesium200+Calcium450“ Kneipp®-spezifischer zu gestalten und insbesondere die für den Bereich Vitamine/Mineralstoffe definierten Kernwerte der Marke „Natur“ und „Vitalität“ hervorzuheben.

Da das Kneipp®-Sortiment verschiedene Produktgruppen umfasst (OTC-Arznei- und Nahrungsergänzungsmittel, Baden und Bodycare), war eine Einordnung unter der alle Produkte vereinigenden Dachmarke eine strategische Notwendigkeit. Das Bindeglied zwischen den Produktkategorien sind die Markenstilelemente und die Markenregeln. Die Ideenhaus Kreativen arbeiteten innerhalb dieser definierten Grenzen, nutzten den verbleibenden Raum und entwickelten das bestehende Verpackungsdesign der Nahrungsergänzungsmittel selbstähnlich weiter. Die definierten Markenkernwerte „Natur“ und „Vitalität“ wurden visuell übersetzt und erlebbar gemacht und erhalten nun die ihnen zustehende Aufmerksamkeit – und das bereits beim ersten Blickkontakt am POS.



IDEENHAUS MARKEN.WERT.DESIGN

Presse-Information

Datum: 06.11.08

Seite: 2/2

Mit dem neuen Designkonzept visualisiert Ideenhaus das Markenversprechen „Kneipp® Vitamine /Mineralstoffe – für Vitalität und Leistungsfähigkeit im Einklang mit der Natur“. Das gestalterische Ergebnis ist für den potentiellen Käufer selbst erklärend: die vertraute Gesundheitsmarke Kneipp® mit klarem Bezug zur Natur, die hilft, fit und vital zu bleiben.

Der Relaunch der drei Produkte ist soeben erfolgt. Das Ideenhaus Gestaltungskonzept ermöglicht die Adaption für weitere Produkte aus dem Nahrungsergänzungsmittel-Sortiment.

Ideenhaus MARKEN.WERT.DESIGN ist der Spezialist für wertorientiertes Markendesign. Markendesign aus dem Ideenhaus basiert immer auf den Werten, die eine Marke besonders und einzigartig machen. Durch den respektvollen Umgang mit diesem Potential entstehen Design-Lösungen, die durch Spezifik, maximale Abgrenzung vom Wettbewerb und schnelle Wiedererkennbarkeit eine hohe Attraktivität der Marke garantieren und somit die Steigerung des Markenwertes zielgerecht unterstützen. Das Ideenhaus rangiert unter den führenden Designagenturen und ist mit Büros in Nürnberg und München für renommierte Unternehmen in Deutschland, Österreich und der Schweiz seit fast 20 Jahren tätig.

Pressekontakt:

Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer, Lindengasse 3, 90419 Nürnberg,
Tel. 49 (0)911 300 349-0, info@pr-heinhoefer.de

