

Presse-Information

Datum: 21.04.2008

Ansprechpartner: Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer

Seite: 1/2

STABILO – konsequenter Auftritt am POS. Ideenhaus kreiert markenkonformes Verpackungsdesign für weltweiten Einsatz.

Heroldsberg/Nürnberg/München: STABILO unterstreicht die Innovationskraft des Unternehmens und führt ein neues, konsequent an der Markenstrategie ausgerichtetes Verpackungsdesign ein. Mit der Entwicklung wurde die langjährige STABILO Agentur Ideenhaus MARKEN.WERT. DESIGN, spezialisiert auf wertorientiertes Markendesign, beauftragt. Aufmerksamkeit am POS ist garantiert.

Ungewöhnliche Formen, Design und Farben, die nicht nur Kids begeistern, mit Details, die einen Stift zum Ausdruck der eigenen Persönlichkeit werden lassen: Mit Innovationen dieser Art hat STABILO in den letzten Jahren immer wieder für völlig neue Akzente und positive Aufmerksamkeit in der PBS-Szene und bei Käufern gesorgt. Nun geht der Schreibgerätehersteller den nächsten Schritt und überträgt diesen erfolgreichen Ansatz auf die Verpackungen. Das Ideenhaus orientierte sich bei der Entwicklung des Packaging-Konzeptes konsequent und sehr eng an der STABILO Markenstrategie, in der weitaus mehr als nur die Verwendungformen der CI definiert sind. Ein elementarer Eckpfeiler ist hier beispielsweise die Vermittlung einer frischen Farbvielfalt. Auch die Maßgabe, immer das Produkt mit Hilfe seiner Design-Elemente in den Mittelpunkt zu stellen, musste erfüllt werden.

Um genau diese Besonderheiten des Produktdesigns und der Produktkategorien für den Käufer sofort erkennbar zu machen, haben die Produktdesigner von factor product münchen in Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Ideenhaus-Kreativen eine Dreidimensionalität der Verpackungen entwickelt, die die ungewöhnlichen Formen aufgreift. So sind einige der Blister-Verpackungen nicht mehr klassisch (recht)eckig, sondern zuweilen rund oder oval. Die maximale Abgrenzung zu Wettbewerbern ist hiermit garantiert.

Aber auch der Anforderung, in der Produktvielfalt eine einfache Orientierung für den Kunden zu bieten, wurde Rechnung getragen. Jede Produktkategorie (Fineline, Leuchtmarkierer, Rollerball, etc.) tritt mit einer eigenen Formensprache auf. So wird ein Klassiker wie der STABILO Point 88 (der schlanke gelbe Fineliner mit den schmalen, weißen Kantenstreifen) in einer schlanken, rechteckigen Verpackung sofort zuordenbar.



IDEENHAUS MARKEN.WERT.DESIGN

Presse-Information

Datum: 21.04.2008

Seite: 2/2

Ergänzend wurde zur Vermittlung der Leistungsmerkmale und der empfohlenen Einsatzzwecke der verschiedenen Schreibgeräte eine Symbol-Systematik entwickelt, die dem Konsumenten eindeutige Informationen und somit eine Entscheidungshilfe liefert. So ist beispielsweise auch der STABILO 's move easy für Linkshänder einfach identifizierbar.

Julian Schäfer, Kreativ-Geschäftsführer Ideenhaus, und sein Team konnten bei dieser Aufgabenstellung ihre Designkompetenz unter Beweis stellen. Das Ergebnis ist ein starker und markenkonformer Auftritt am POS mit größtmöglicher Abgrenzung zu den Mitbewerbern und bestmöglicher Orientierung für den Kunden.

„Das neue Verpackungsdesign hat eine besondere Bedeutung, da es in der großen Produktvielfalt sicherstellt, dass die Marke STABILO in allen Anwendungsformen in einer einheitlichen Stilistik wahrgenommen wird“, erläutert Volker Wachenfeld, Manager Marketing Communication bei STABILO International.

Das Konzept kommt weltweit zum Einsatz. Produktneueinführungen erfolgen 2008 direkt im neuen Verpackungsdesign, der Rest des Produktportfolios wird sukzessive auf das neue Design umgestellt.

Pressekontakt:

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

