



Frischer Wind im Verkaufsregal:

Hamburger Designagentur justblue.design relaucht das Hella-Packaging

(ddp direct) Hamburg, 28.11.2012. Zehn Jahre ist es her, dass die Hamburger Designagentur justblue.design das Design für die PET-Flaschenfamilie hella der norddeutschen Hansa-Mineralbrunnen GmbH gestaltet hat. Seitdem ist im Bereich des Packaging Designs viel Wasser die Elbe hinuntergeflossen und ein Relaunch wurde nötig, der aktuelle Designeinflüssen und Erkenntnissen Rechnung trägt. Die neue Designagentur für diese Aufgabe ist dabei die alte geblieben: <http://www.justblue.de>

Neue Umverpackung für den Markenzuwachs

In der letzten Dekade hat die Dachmarke hella kräftig Nachwuchs bekommen die alten und neuen Produktsegmente mussten so unter der Marke hella homogen zusammengeführt werden. Zuerst haben wir in einem Briefing-Workshop die markenrelevanten Designelemente für den neuen Auftritt herausgearbeitet. Dabei war vor allem wichtig, die Dachmarke hella weiterhin ganz klar als frische, emotionale Wassermarke zu positionieren, so Jörg Ratzlaff, einer der Geschäftsführer von justblue.design. hella sollte als Markenklammer selbstverständlich erhalten bleiben, in der sich die verschiedenen Produktsegmente voneinander abgrenzen. Gleichzeitig sollten sich sowohl die Dachmarke als auch die Segmente am POS klar vom Wettbewerb abheben. Erreicht wurde dies durch klare Kategorie-Codes und eine Natürlichkeit und Frische beim Visual. Ein besonderer Fokus wurde hierbei auf die Darstellung des Kohlensäuregehalts des Wassers gelegt. Die drei Wässer classic, medium und naturell unterscheiden sich dabei im Regal sowohl über das Wasservisual als auch über eine klare farbliche Sortendifferenzierung.

Logische Konsequenz: die Logo-Anpassung

Nach langer interner Überlegung wurde auch das hella Logo im Zuge des Relaunchs kritisch begutachtet und typografisch modernisiert, um seine Einzigartigkeit und Strahlkraft sicherzustellen und zu verstärken. Gestützt wird dies durch die Wasserwelle, das Sortenband am unteren Rand des Etikettes und den weißen Freiraum um das geänderte Logo. Die Produktsegmente finden sich hingegen im Sortenschriftzug und im Bereich unterhalb der Welle wieder.

Parallel wurden nach den sogenannten Near-Water-Produkten Wässer mit Fruchtgeschmack die Schorlen, Limonaden sowie die funktionalen Erfrischungsgetränke AKTIV und ACE mit ihrem neuen Look versehen. Die Übertragung des neuen Verpackungsdesigns befindet sich zur Zeit im Roll-out.

Über justblue.design

Die in Hamburg ansässige Designagentur justblue.design arbeitet seit über 15 Jahren in den Bereichen Packaging, Grafikdesign, Produktdesign/Industrialdesign und CGI (Computer Generated Images) für Kunden wie AXE, BECKS, BMW, CAPRI SONNE, COTY, DOVE, EDDING, GROHE, HANSAPLAST, HELLA, HEWI, KROMBACHER, NIVEA, PELIKAN, REEMTSMA, SCHWARTAU, SCHWARZKOPF, TCHIBO, WELLA und viele anderen.

Das Team besteht aus zwanzig fest angestellten Grafik- und Produktdesignern.

Darüber hinaus gibt es einen Pool von ca. 15 freien Designern, um Spitzen zu bewältigen und Spezialgebiete abzudecken.

Jedes Projekt wird direkt von einem Designer als Projektleiter betreut, der ohne die zusätzliche Ebene Kontakter eine enge und reibungslose Kommunikation mit dem jeweiligen Kunden gewährleistet.

Kontakt:

justblue.design GmbH
Borselstraße 20
22765 Hamburg

Fax: +49(0)40-386033-11
info@justblue.de

Mehr Informationen unter <http://www.justblue.de>

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/vw8fhr>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/werbung/frischer-wind-im-verkaufsregal-45307>

Pressekontakt

justblue.design GmbH

Frau Antje Hedenkamp
Borselstraße 20
22765 Hamburg

ahedenkamp@justblue.de

Firmenkontakt

justblue.design GmbH

Frau Antje Hedenkamp
Borselstraße 20
22765 Hamburg

ahedenkamp@justblue.de

-