

Die Neuerfindung des Studentenfutters – die neuen Nuss-Frucht-Mischungen von Lorenz

Hamburg, 19.7.2017. Zusammen mit der Lorenz Snack-World haben wir die Kategorie Studentenfutter neu erfunden: Für das breite Nuss-Frucht-Sortiment von Lorenz wurde ein neues, zeitgemäßes Produktkonzept inklusive Packungsdesign und Vermarktungspaket entwickelt und umgesetzt.

Ganz im Sinne des Snack-Absenders haben wir die Talente der einzelnen Mischungen für unterschiedliche Snack-Anlässe herausgearbeitet und in einer klaren Designsprache auf den Packungen kommuniziert. Das hebt die neue Range deutlich von der traditionellen Kategorie ab und spricht vor allem auch neue, junge Zielgruppen an. Das Sortiment aus hochwertigen, natürlichen Zutaten verspricht zudem großes Potential in einem wachsenden Markt für gesündere Snack-Alternativen.

Bei der Packungsgestaltung haben wir besonderen Wert darauf gelegt, die fünf Sorten eindeutig unterscheidbar und farbenfroh-snackig zu codieren und gleichzeitig eine klar erkennbare Sortimentsklammer zu schaffen. Dies sorgt für die optimale Impulsstärke bei den Konsumenten und eine starke Markenpräsenz im Regal.

„Das Packungsdesign lebt von seiner impactstarken Ikonografie mit fröhlicher Zeichensprache und dem augenzwinkernden Naming. Gleichzeitig ist durch die natürlich anmutenden, matten Folien die Referenz zur Kategorie der Nuss weiterhin gegeben“, so unser Creative Director Matthias Nowothnig.

Für den umfassenden Relaunch der Nuss-Frucht-Mischungen von Lorenz haben wir neben Konzept, Naming und Packungsdesign auch verschiedene Vermarktungsaktivitäten für den Handel entwickelt. Das Sortiment ist ab Juni in Deutschland und Polen erhältlich.

Fakten:

Torsten Blume (Geschäftsführer Consulting)
Jan Rexhausen (Geschäftsführer Kreation)
Massimo Götttsche (ECD Packaging & Design)
Matthias Nowothnig (CD Packaging & Design)
Annika Giebler (Designer)
Jana Hollenberg (Manager Brand Consulting)
Daniel Seeger (Brand Consultant)
Alessandra Götz (Brand Consultant)
Stephanie Bender (Strategie)
Inga Schwartze (Strategie)
Kirstin Kempermann (CD Brand Activation)
Ole Schatz (Design Director Brand Activation)
Svenja Stodtmeister (Designer Brand Activation)
Oliver Dahl (Text Brand Activation)
Natalie Warth (CD Art)
Jan-Olaf Süßmilch (CD Text)
Jeanette Cejchan (Text)
Ralf Schweizer (Produktionsleiter)

Dagmar Rau (Produktion)

Bärbel Kalmund (Produktion)

Philipp Kwaschnik (Reinzeichnung)