

DESIGNKIŠ

AGENTURVORSTELLUNG

Stand 2019

Daten und Fakten

Unternehmensform:	Inhabergeführt bis 2014, ab 2014 GmbH & Co. KG
Gegründet:	2007
Größe:	12 Mitarbeiter
Jahresumsatz 2014:	1.500.000 Euro
Aktive Accounts:	17
Standort:	Deutschland, Hamburg
Sprachen:	Deutsch & Englisch

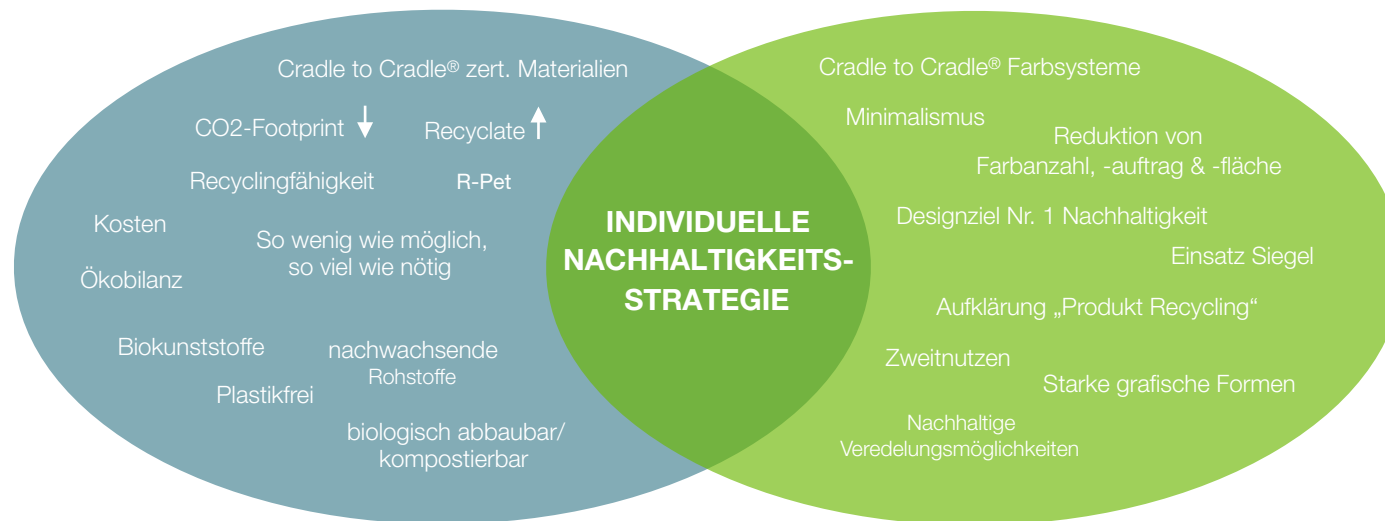


Unser Leistungs-Angebot

Phase 1	➔	Status Quo Erfassung	➔	Marktscreening, Analyse des Sortiment Umfeldes, SWOT Analyse, etc.
Phase 2	➔	Nachhaltigkeitsstrategie	➔	Priorisierung & Definition individueller Nachhaltigkeitskriterien (Verpackung/Design), Sortimentsichtung-/überarbeitung durch Tilisco & DesignKis, Auswahl nachhaltiges Designkonzept
Phase 3	➔	Marken- und Designstrategie	➔	Definition Archetypen , Insight-Generierung, Formulierung Copystrategie und Markenkonzept, Erstellung Milestone Plan, Ableitung Kommunikationsstrategie
Phase 4	➔	Innovations- /Markenworkshops	➔	Recherche mit Trendscouts, Suchfelder, Organisation, Moderation, WorkshopTools, Nachbereitung, Mood-Konzeptvisualisierung , Empfehlung, Naming
Phase 5	➔	Produktdesign	➔	Form, Material, Farbe, Formulierung, technische Umsetzung (Nachhaltigkeits-Abgleich)
Phase 6	➔	Packaging Design	➔	Designentwicklung, Markeninszenierung durch authentisch, ehrliches Storytelling , Shelf Impact, Appetite Appeal, klare Informationshierarchie, Uniqueness, etc.
Phase 7	➔	Corporate Design	➔	Markenessenz , Logoentwicklung, Geschäftsausstattung, Adaption auf alle weiteren Medien nach Bedarf wie Web, Flyer, Anzeigen, etc
Phase 8	➔	Shop Design PoS Messe Event	➔	Leitsystem Entwicklung vorrangig im Retail & Pos-Umfeld , Shopgestaltung, Messestände, Events (Jubiläumsfeiern etc.)
Phase 9	➔	Produktionsumsetzung Begleitung	➔	Reinzeichnungs- und Lithobetreuung, Prototypentwicklung, Verpackungsmaterial Umsetzung, umweltbewusstes, modernes, digitales Colormanagementsystem, Druckabnahme ,

Nachhaltigkeitsstrategie | Kooperation

TILISCO VERPACKUNGSMATERIAL & VERPACKUNGSDESIGN **DESIGNKIS**



Ziel:

Eine konsequente Umstellung von Verpackungen und Design gemäß der Nachhaltigkeitskriterien, die für jeden Kunden individuell priorisiert werden müssen.

Das Verpackungsmaterial sowie das Verpackungsdesign beeinflussen sich gegenseitig. Für die optimale Umsetzung einer nachhaltigen Produktverpackung in Material und Design muss nach einer gemeinsamen Priorisierung der Nachhaltigkeitskriterien mit dem Kunden eine individuelle, nachhaltige Unternehmensstrategie in einem gemeinsamen Workshop entwickelt werden.

Entwicklungsprozess nachhaltiger Verpackungen

TILISCO

&

DESIGNKIS

1 STEP – Workshop Nachhaltigkeitsstrategie

Priorisierung Nachhaltigkeitskriterien für Verpackung & Design nach Kundenvorgaben inkl. Ableitung Designbriefing

2 STEP – Aufnahme Ist-Zustand

- Technische Rahmenbedingungen
- Prüfen der Optionen (2-4 Monate)

2 STEP – Update Markenstrategie

- Integration Nachhaltigkeitsstrategie in Markenidentität inkl. Überprüfung USP & Abgleich der Positionierung

3 STEP – Klärung Verpackungsspezifikationen

- Festlegung Produkte & Verpackungen, Projektziele, Timing, Budget, Qualitätsvorgaben (z.B. Druck) ggf. 3D Verpackungsentwicklung
- Briefing (3D) nach Kundenfreigabe an DesignKis



3 STEP – Form- (3D) & Designentwicklung (2D)

- Formentwicklung auf Basis der gewünschten Packmittel & Designentwicklung der Produktmaster unter neuen Nachhaltigkeitskriterien, technischen Möglichkeiten und Budget
- Lieferung freigegebener Design- & Formentwicklung an Tilisco

4 STEP – Prüfung Umsetzbarkeit

- Überprüfung Umsetzbarkeit der Packmittelformen & Designs
- Kostenfreigabe Produktion durch Kunde
- Erstellung Stanzen durch Produzenten



4 STEP – Designadaption (2D)

- Anpassung Winner-Design auf neue Stanze(n)
- Nach Kundenfreigabe Übertragung des Winner-Designs auf alle SKUs
- Lieferung Designs an Tilisco

5 STEP – Umsetzung

- Finale Überprüfung Umsetzbarkeit der Nachhaltigkeitskriterien für alle Designs
- Umsetzung gemäß Projektvorgaben (min. 9 Monate ohne 3D Entwicklung)
- Koordination Packmittellieferanten, Produktion, QM, Marketing/GF



5 STEP – Korrektur & Update Corporate Manual (2D)

- Feedback Tilisco einarbeiten
- Nach Kundenfreigabe Lieferung Designs an Reprintagentur
- Einarbeitung Nachhaltigkeitsstrategie und neue Designrichtlinien in CI und CD

Prozessablauf Workshop Nachhaltigkeitsstrategie



Vision



Als **die ökologische Verpackungsagentur** mit **Spezialisierung** auf **nachhaltige Verpackungsdesign-Konzepte**, freuen wir uns, mit Ihnen die Zukunft zu gestalten.

Wir möchten gemeinsam grüne Impulse setzen und etwas für unseren **Cradle-to-Cradle-Kreislauf** tun! **Ökologische Verträglichkeit, Nachhaltigkeit** und eine **Zero-Waste-Politik** sind die Grundlage unserer Zusammenarbeit mit all unseren Partnern.

Gut für die Umwelt, gut für uns: Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Recyclingquote optimieren – mit dem Ziel, eine saubere Umwelt für Alle zu hinterlassen.

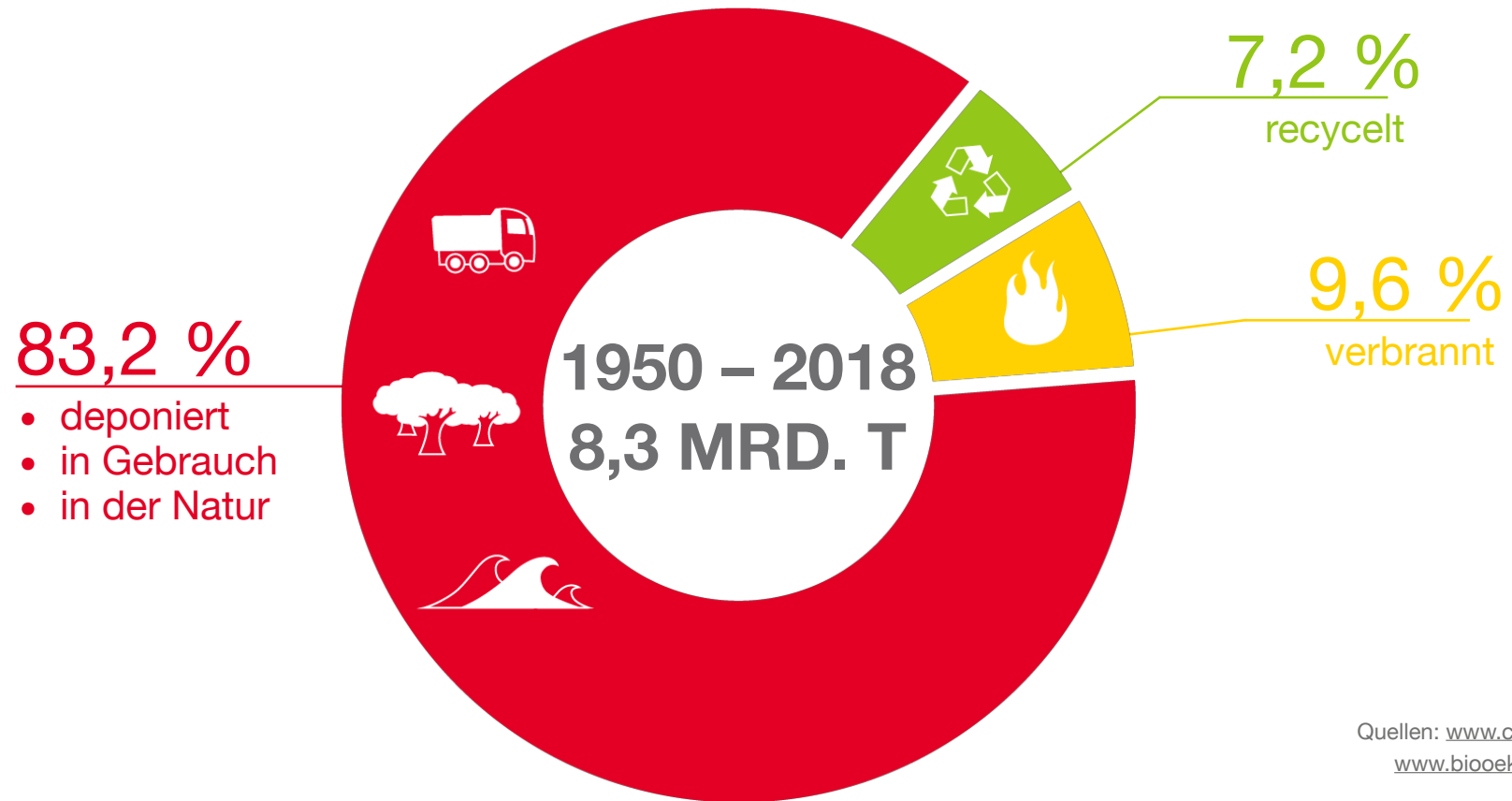
GOOD DESIGN CARES

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE FÜR VERPACKUNGSMATERIAL UND DESIGN

Ist-Situation



Ist-Situation Recycling | Kunststoff weltweit



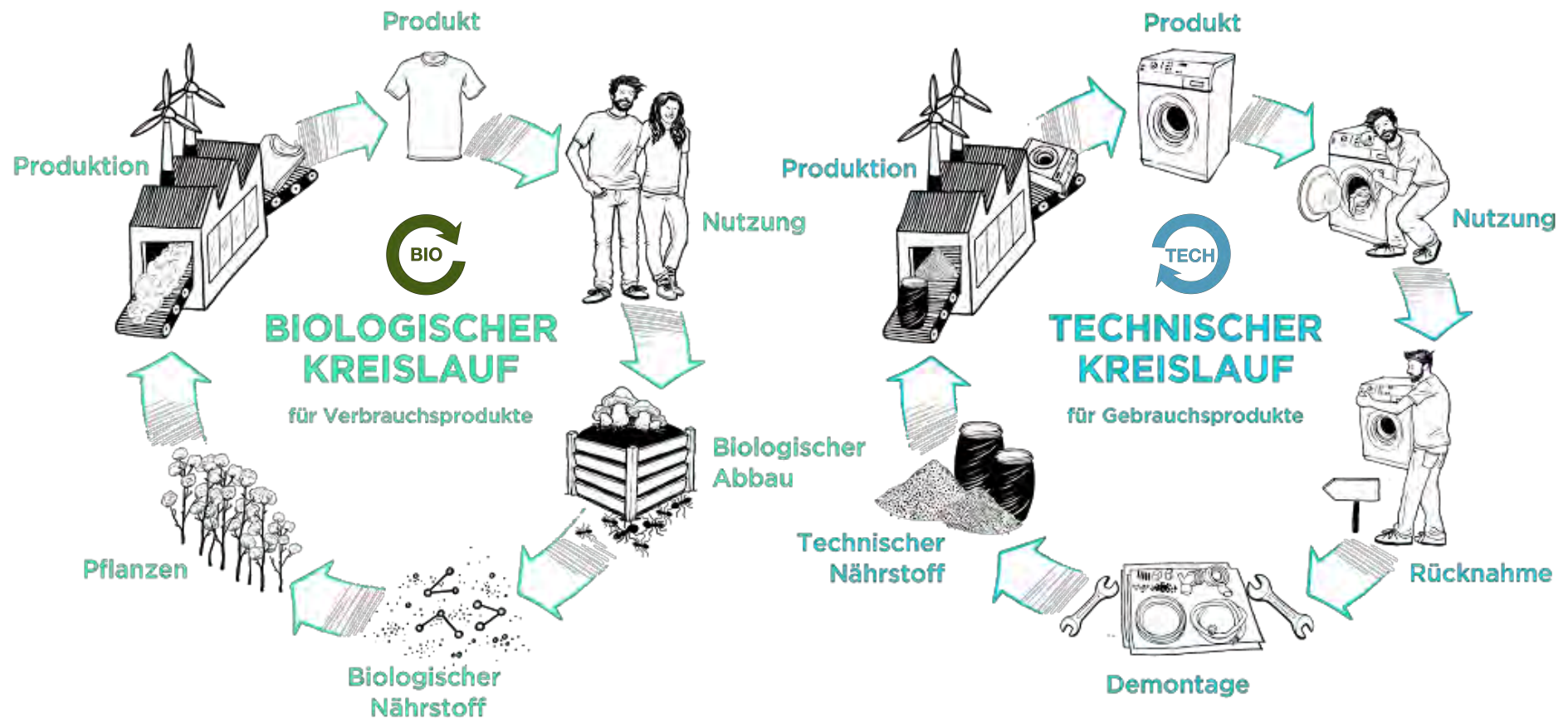
Quellen: www.careelite.de;
www.biooekonomie.de

DESIGN IM SINNE EINER SAUBEREN ZUKUNFT

Cradle to Cradle® Konzept – Die Natur als Vorbild



Cradle to Cradle® Konzept



Quelle: C2C e.V.

Priorisierung, aber richtig!

DESIGNZIELE (Food)	PUNKTE
1. Nachhaltigkeit	
2. Markenversprechen - USP	
3. Shelf Impact	
4. Qualität (Premium)	
5. Sortendifferenzierung	
6. Uniqueness	
7. Modernität	
8. Appetite Appeal	
9. Wiedererkennbarkeit	



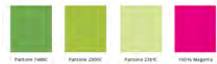
Bewertungsskala pro Ziel in Punkten



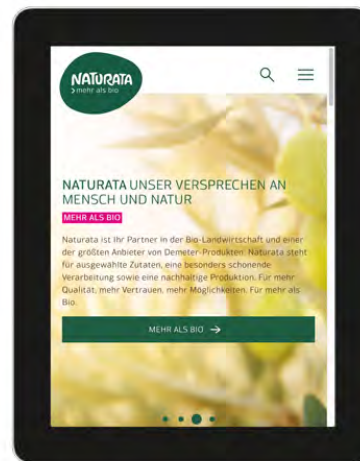
➔ max. Gesamtpunktzahl 90

**PILOTPROJEKT FÜR DIE
NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE
IN BEZUG AUF MATERIAL + FARBE
AM BEISPIEL VON
NATURATA ZUCKER**

NATURATA | Corporate Design



> MEHR ALS BIO



NATURATA | Packaging Design

Aufgabe

Markenstrategie, Konzeption und Verpackungsrelaunch mit einem einheitlichen, starken Gesamterscheinungsbild.

Hintergrund

Naturata ist unser erstes Pilotprojekt zur Nachhaltigkeitsstrategie. Parallel zur Entwicklung von Markenstrategie und Design, haben wir, zusammen mit Tilisco, die Druckspezifikationen im Sinne der Umwelt optimiert. So trägt Naturata den Markenclaim „Mehr als Bio“ nicht nur visuell nach außen, sondern steht im Ganzen für Nachhaltigkeit und Ökologie. Das „Mehr“ im Claim, wird als Sichtfenster, als Illustration, oder Ingredientsabbildung respektive Servier-vorschlag grafisch als Dreieck visualisiert. Die Farbwelt des neuen Corporate Designs umfasst Naturfarbtöne, wie das lichte Naturata-Beige als Grundlage aller Designs. Die Premium Produkte sind frei in der Farbe. Es wird, u.a. durch verschiedene Aufteilungen der Frontfläche, visuell eine Produktabgrenzung zwischen Core-, Bestfood- und Premiumprodukten vollzogen.

Umsetzung

Launch: 2017



NATURATA | Packmittelanalyse

Aufgabe

Pilotprojekt für die Entwicklung von alternativen Designkonzepten nach dem neuesten Stand machbarer Nachhaltigkeitskriterien, unter Berücksichtigung des bestehenden Corporate Designs.

Hintergrund

Die Umsetzung einer individuellen Nachhaltigkeitsstrategie, im Sinne des 2019 gültigen Kreislaufwirtschaftsgesetzes, erfordert eine alternative Interpretation des bestehenden Designkonzeptes. Durch den variablen Einsatz von Material und Farbauftrag können unterschiedliche Stufen einer nachhaltigen Verpackung erreicht werden. Design im Sinne einer sauberen Zukunft.



NATURATA | Verpackung: recyclebar / kompostierbar

Verpackung 1
Papier C2C® Zert.



Verpackung 2
Papier C2C® Zert.



Verpackung 3
Natureflexfolie



Verpackung 4
OPP-Folie



MERKMALE VERPACKUNG 1-2

- Monomaterial
- Keine Verunreinigung Recyclingkreislauf!!!

MERKMALE VERPACKUNG 3

- Kompostierbares Material
-> **96-99% nachw. Rohstoffe**
-> **8-10 Wochen biol. abgebaut**
- Problem: Derzeit nicht recyclebar!!!

MERKMALE VERPACKUNG 4

- Sehr gut recyclebare OPP-Folie
- Kein Farbauftrag

NATURATA | Design im Sinne einer sauberen Zukunft

Entwicklung von alternativen Ansätzen in Kombination mit dem Material Sappi Frischfaser + Design.

Designadaption gemäß Corporate Design.

Material: Sappi Frischfaser
Ohne Sichtfenster

Design:

- 4x Kanäle: CMYK
- 1x Pantoneton-Sorte
- 1x Pantoneton-Marke

-> 6 Farben

-> starke Verunreinigung



Verpackung 1

Material:
Sappi Frischfaser



Design: 4x Kanäle: CMYK, 1x Pantone-Sorte, 1x Pantone-Marke

NATURATA | Design im Sinne einer sauberen Zukunft

Entwicklung von alternativen Ansätzen in Kombination von Material + Design.

Verwendung des leicht eingefärbten Materials und Verzicht auf Druckweiß.

Material: Sappi Frischfaser, leicht eingefärbt, ohne Sichtfenster

Design:

- 1x 4C Kanal: Magenta
- 1x Pantonetton-Marke

-> 2 Farben
-> kaum Verunreinigung

= Gute Designumsetzung der Kategoriesprache „Zucker“ - weiblich und lieblich.



Verpackung 2



NATURATA | Design im Sinne einer sauberen Zukunft

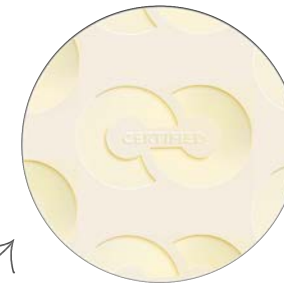


Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldwirtschaft



MERKMALE

- Siegel – z.B. C2C – als Raport, Wasserzeichen dezent im Untergrund



NATURATA | Design im Sinne einer sauberen Zukunft

Mögliche Massnahmen für die Sortendifferenzierung:

- Prozentuale Farbabstufungen im Farbbalken
- Klare Illustrationen von sortendifferenzierenden Ingredients
- Klare und große typografische Auslobungen > helfen dem Konsumenten bei der Orientierung am Regal.

Impact im Regal:

- über starke Formen „> - Zeichen“
- starke Kontraste
- Pastellige Farbwelt „Kategoriesprache Zucker“ und Hinweis auf „sauberes Design“ (weniger Farbauftrag -> Recyclingkreislauf sauberer)



NATURATA | 1C maximale Farbreduktion

Designumsetzungen mit maximaler Farbreduktion auf 1C (100% Farbauftrag)



1C Markenfarbe

1C Yellow

Viele Farbpigmente nötig

1C Cyan

Wenig Farbpigmente nötig

1C Magenta

Wenig Farbpigmente nötig

1C Schwarz

Am wenigsten
Farbpigmente nötig

1C Schwarz

Hält Recyclingkreislauf
am saubersten



NATURATA | CMYK in prozentualen Abstufungen

Designumsetzungen mit maximaler Farbreduktion auf 1C (50% Farbauftrag)



1C Cyan

1C Cyan

1C Magenta

1C Schwarz



NATURATA | Sauberes Design der Zukunft

Regalansicht Biofachhandel Revolution

Wenn in Zukunft alle Marken in 1C oder 1 Markenfarbe eingefärbt sind braucht ein Design:

- Klare Illustrationen/Abbildungen von sortendifferenzierenden Ingredients
- Klare und große typografische Auslobungen
- PoS Massnahmen wie zum Beispiel Wobbler, Regalschiene, etc. > helfen dem Konsumenten bei der Orientierung am Regal

Impact im Regal:

- Über starke Markenformen, z. B.: „> - Zeichen“ bei Naturata. Unique Visualisierung der Markenpositionierung
- USP muss klar formuliert sein
- Farbenwelt pastellig bzw. wenig Farbauftrag



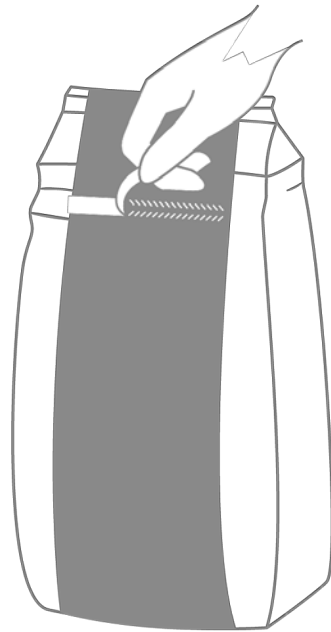
NATURATA | Design im Sinne einer sauberen Zukunft

Entwicklung von alternativen Ansätzen in Kombination von Material + Design.

- Sehr gut recyclebare Materialien
 - > unbedruckte OPP-Folie
 - > Ungebleichte Altpapierbänderole
 - > Aufklärung Recycling (kein Monomaterial)
- Sehr wenig Druckauftrag
- Verwendung 1 Druckweiß
- -> **ins. 1 Farbe**
 - > **Keine Verunreinigung!!**



NATURATA | Intelligent Verpacken



MERKMALE

- Hinweis zum „Richtig Recyceln“
- Aufklärung Siegel für „gute Verpackung“
- Integration Zweitnutzen: Infos zu Produktherkunft, Spendenaktion, Rezepte, etc.



NATURATA | Intelligent Verpacken

Ideen für intelligentes Verpacken:

- Zweitnutzen Nachfüllglas - Premiumanmutung und langfristige Markenpräsenz
- Ablösbare Aufkleber (weniger Verschmutzung der eigentlichen Verpackung)
- Intelligente Öffnungsmechanismen,
- die Materialien automatisch richtig zum Recycling trennen
- Innenbedruckung liefert mehr Informationen zum Thema Recycling
- Nachfüllpacks (weniger Material)
- Informationen über Barcode, Code Check App



Fazit | Design im Sinne einer sauberen Zukunft

- Priorisierung der Designziele im Sinne der Nachhaltigkeit
- Reduktion der Farbanzahl, Farbauftrag und bedruckte Farbfläche
- Markenversprechen mit Alleinstellungsmerkmal klar formulieren und visuell transportieren
- Nutzung von C2C zertifizierten Farbsystemen
- Klare Formsprache
- Einsatz verschiedener Siegel, z.B. Made for Recycling, etc.
- Integration Mehrwert (Zweitnutzen)
- Intelligent Verpacken (Aufklärung/„Richtig recyceln“)
- Unterstützende Maßnahmen POS

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

DesignKis GmbH & Co. KG
Gasstrasse 12
22761 Hamburg

Ansprechpartner: Ariane Kis
T 040 - 898 05 700
ariane.kis@design-kis.de

www.design-kis.de