



**DER ERSTE PREIS FÜR
„MÄDCHENKRAM“**
*anagram erhält den German Design
Award 2013*

Wir bedanken uns deshalb bei der Jury, unserem Team und besonders bei unserem Kunden „Camelia“, der uns völlige gestalterische Freiheit ließ. Mit „Mädchenkram“ gelang es uns, eine im Segment Damenhygiene für nicht machbar gehaltene Marketingidee erfolgreich umzusetzen und eine spezielle Marke für Teenies zu etablieren. Emotional, lebendig und verspielt – so präsentiert sich „Mädchenkram“. Die schwungvollen Ornamente,



die frischen Farben und der freche Produktname fallen sofort ins Auge und sind – wie die Verkaufszahlen zeigen – nicht nur Mädchenkram sondern auch Frauensache.

**BEGEHRENSWERT FÜR MANN
UND FRAU**

*Die neue Kleenex-Extra-Box kombiniert
eine starke Form mit weichen Linien*

Kleenex Extra ist extrem schneuzfest und dennoch weich. Um diese einzigartige Kombination von Eigenschaften sowohl an den Mann als auch an die Frau zu bringen, haben wir eine ausgeklügelte Verpackung konzipiert, die Stärke mit Weichheit verbindet. Als Grundfarbe für die Verpackung wählten wir Silber. Abgestimmt auf die technikaffine männliche Klientel sollte die neue Kleenex-Extra-Box hygienisch, hochwertig und stabil sein. Überlagert wird der Silberton von einem fein modulierten Blau, das der Verpackung zusammen mit den konkaven Kanten

und dem Dekor aus schwungvollen Linien eine weiche Note gibt. Ein Kaufanreiz für weibliche Kundschaft und ein visueller Hinweis auf das Produkt für den nutzenorientierten Mann.



EIN TUCH FÜR ALLE LEBENSLAGEN

Die neue Kleenex-Website setzt auf Emotionen

Für das bewegende Filmende das Kleenex Original, für den Dauerschnupfen Kleenex Balsam, für höchste Anforderungen Kleenex Ultrasoft und für Ästhetik im Badezimmer Kleenex Home-Living. Angesichts dieser Funktionsvielfalt verdient es die Kleenex-Box unserer Meinung nach, zum virtuellen Navigationselement erhoben zu werden. Einmal kurz mit dem Mauszeiger eine der Boxen am Bildschirmrand berührt und ein herzförmiges Taschentuch erscheint, das den Weg zu weiteren Produktinfos anzeigt. So universell die Einsatzmöglichkeiten des berühmten Tuches sind, so universell ist sein Einsatzort. Die Internetseite geht deshalb in Deutschland, Österreich und der Schweiz online und schafft einen grenzenlosen Zugang zur Kleenex-Welt.



FRISCHES DESIGN FÜR FRISCHE FRÜCHTE

Der neue Dole-Bananenkarton transportiert beste Produkte – und unternehmerischen Esprit

Sie ist gelb, krumm – und ab sofort noch größer: die Banane auf dem Karton der Marke Dole. Damit macht sie dem Inhalt des Kartons – einzeln verpackten Premium-Bananas – alle Ehre. Mit der prominenten Darstellung von Bananen vor einem Wellenmotiv gelang es uns, die Erstklassigkeit der Dole-Produkte herauszustellen und die Dynamik der traditionsreichen Marke zu betonen. Dank einer weicheren Typografie lässt sich das Markenversprechen sofort und auch aus größerer Entfernung mühelos ablesen. Um Zeitlosigkeit und Tradition zu verbinden, behielten wir die Logofarben bei, die auf braunem und weißem Karton ihre unverwechselbare Wirkung entfalten.

DRUCKFRISCH erscheint 2-3 mal im Jahr. Sie haben eine Ausgabe verpasst, oder möchten mehr über uns und unsere Arbeiten erfahren? Besuchen Sie uns im Internet: www.visit-anagram.de/druckfrisch



|| IOI ||

DG

D-22763 Hamburg
Telefon +49 40-43 09 76 07
E-Mail: info@visit-anagram.de
Internet: visit-anagram.de