



## Kleenex

>>> Relaunch der Original-Boxen

Von Kleenex haben wir die Original-Boxen neu verpackt. Nicht nur modern sollten die Verpackungen sein, sondern auch eine Geschichte erzählen. Die Geschichte von Kleenex. Immer da, immer Kleenex. Die Illustrationen greifen die Zeiträume 1921, 1970/80, 2000 und heute auf. Ikonografische Gegenstände kombiniert

mit Alltagssituationen erlauben dem Betrachter eine gedankliche Reise in die entsprechende Zeit.

Die reduzierte Leichtigkeit des Illustrationsstils greift die genial einfache Produktidee einer Marke auf, die in vielen Teilen der Welt zur Ikone geworden ist.



# simplicol Textilfarben

>>> Neuer Markenauftritt, für den Marktführer für Textilfarben // Packaging // Corporate Identity // Kommunikation // Online



Frisch, regalstark und trotzdem typisch simplicol. Wir haben die alte Verpackung von überflüssigen Elementen befreit, neu strukturiert und informativer gestaltet. Die besondere Herausforderung bestand darin, den Wiedererkennungswert der Marke trotz des neuen Designs zu bewahren. Mit viel Fingerspitzengefühl haben

wir alte Keyvisuals modernisiert und in das neue Design integriert. Wie einfach das Produkt anzuwenden ist, erfährt der Verbraucher auf der gut strukturierten mit prägnanten Bildern gestalteten Rückseite. Entstanden ist eine frische, unverwechselbare Verpackung mit klarer Produktbotschaft, die einen

regalstarken Auftritt des Marktführers garantiert.

Die neue Verpackung ist Bestandteil des aktuellen von anagram entwickelten Kommunikationskonzepts, das on- und offline zum Blickfang wird. Im neuen Kleid präsentiert sich deshalb auch die Website.



# Impresan

>>> Relaunch 2014 // Corporate Identity // Packaging // Online // Kommunikation

Der neue Schutzschild als prägnanter Bestandteil des Markenauftritts, zeigt es auf den ersten Blick: IMPRESAN bietet gesunde Hygiene und sicheren Schutz vor Keimen.

Für das neue Verpackungsdesign war unser Ziel, Stärke, Wirksamkeit und Emotion zu verknüpfen. Das Sortiment haben wir durch kräftige Farbcodes neu strukturiert. Das bietet den Kunden schnelle Orientierung am Regal.

Passend zum neuen Markenauftritt hat anagram eine neue Bildsprache entwickelt. In Verbindung mit dem Schutzschild steigert es den Shelf-Impact, wirkt sympathisch und frisch.



Ein Besuch lohnt sich:  
[www.simplicol.de](http://www.simplicol.de)



## Dole

>>> Gourmet Bananen // Relaunch 2014

Für die Dole Gourmet Bananen hat anagram das Erscheinungsbild vollständig überarbeitet, Kartontage, Folienbeutel und Aufkleber. Reduziert im Design, zurückhaltend und edel im Auftreten schützt der Karton seine süße Fracht.

Die Folienbeutel und Aufkleber wurden ebenfalls passend zum Karton gestaltet. Die Typografie und das neue Signet unterstreichen die Hochwertigkeit der kleinen Gourmet Bananen. Der neue, weiße Karton schafft eine Premium-Optik und hebt sich vom braunen Standard Karton ab.



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](http://www.visit-anagram.de/druckfrisch)



|| IOI ||

DG

D-22763 Hamburg  
 Telefon +49 40-43 09 76 07  
 E-Mail: [info@visit-anagram.de](mailto:info@visit-anagram.de)  
 Internet: [visit-anagram.de](http://visit-anagram.de)