Drei Marken, drei Wege

Packaging neu denken

Gutes Packaging Design soll auffallen, Orientierung schaffen und gleichzeitig die Identität einer Marke auf den Punkt bringen.

Bei der Agentur derpfeil bedeutet das vor allem: Jede Marke braucht ihre eigene Lösung. Wir haben uns drei aktuelle Projekte angesehen, die zeigen, wie unterschiedlich dieser Weg aussehen kann.

Hochriegl Spritz

Für die Spritz-Range von Hochriegl entwickelte man eine lebendige Markenwelt mit aufwendig gestalteten Illustrationen. Betty, Hugo, Rosie und Lorenzo verleihen den Sorten einen eigenen Charakter und machen sie auf den ersten Blick unverwechselbar. Detailreiche Illustrationen, kräftige Farbwelten und eine klare Markenarchitektur verbinden Individualität mit einem starken Gesamtauftritt. Das Ergebnis ist ein modernes, lebensfrohes Packaging, das den Zeitgeist trifft und am POS für Aufmerksamkeit sorgt.



© derpfeil

SPAR Free From

SPAR Free From steht für eine stetig wachsende Produktvielfalt und richtet sich an Menschen mit besonderen Ernährungsbedürfnissen. Als langjähriger Designpartner begleitet derpfeil die Marke bereits in der zweiten Design-Generation. Der aktuelle Relaunch verbindet Vertrauen und Wiedererkennbarkeit mit einer modernen, klaren Gestaltung. Eine eindeutige visuelle Hierarchie, appetitliche Produktinszenierungen und ein flexibles Designsystem sorgen für Orientierung und einen starken Auftritt über unterschiedlichste Produktkategorien hinweg. So wächst die Marke mit den Bedürfnissen ihrer Konsumenten mit.



© derpfeil



© derpfeil

Soletti Relaunch

Wie modernisiert man eine österreichische Kultmarke, ohne ihren Charakter zu verlieren? Beim Relaunch von Soletti war genau dieses Gespür gefragt. Vertraute Markenelemente wurden behutsam weiterentwickelt, gestalterisch geschärft und zeitgemäß inszeniert. Auch Markenbotschafter Joe Soletti erhielt ein modernes Update. Das Ergebnis ist kein radikaler Neustart, sondern eine behutsame Evolution: Eine starke Traditionsmarke bleibt klar als Soletti erkennbar und präsentiert sich gleichzeitig frischer und zukunftsorientierter.

Drei Projekte, drei unterschiedliche Ansätze – aber ein gemeinsamer Anspruch: Packaging Design, das Marken stärkt, Geschichten erzählt und Menschen am POS erreicht.

Packaging AUSTRIA NEWS

Top informiert mit dem kostenlosen eNewsletter.
Einfach anmelden unter www.packaging-austria.at