

Company: REIZPUNKT GmbH, Weinheim, Baden-Württemberg
Company Description: REIZPUNKT GmbH gegründet in 2013 durch Geschäftsführer Gundolf Hanke, hat ihren Firmensitz in Weinheim. Wir sind Ihre Werbeagentur für Marke, POS und Digital. Mit klarem Fokus auf die ausgewählten Leistungsdisziplinen Marke & Strategie, Produkteinführung, Verpackungsdesign, POS, Promotion & Verkaufsförderung, Video-, Digital- und Content Marketing, Weiterbildung & Sales Support.
Nomination Category: Kategorien für Marketing-Kampagnen des Jahres Awards - Sonderkategorien
Nomination Sub Category: Markendesign - Verpackung
Nomination Title: Verpackungsdesign Tante Franzi



1. Datum Kampagnenstart:

12.08.2024

2. Beschreiben Sie die Entwicklung der Kampagne: den Planungsprozess, die Zielsetzung, die kreative und mediale Entwicklung, die Zeitplanung usw. (bis zu 250 Wörter)

Total 251 words used. If the word count is more than 25 words over the limit, please deduct one (1) point from your score.

- Den Auftakt machte die Namensfindung: „Tante Franzi“ entstand in Anlehnung an den Namen des Firmengründers der Traditionsmarke Franz Simmler, ist aber trotzdem neu, ungewohnt und anders – so geben wir der Tradition ihren Raum, öffnen aber auch die Tür für neue Kundengruppen und -generationen.
- Nachdem der Name gefunden war, konzeptionierten wir das Verpackungsdesign:
-Zunächst entwickelten wir das Logo für die Marke „Tante Franzi“ [REDACTED FOR PUBLICATION]. Hier bekommt Tante Franzi ihren Auftritt, und zwar nicht nur als Name, sondern als das einnehmende Gesicht der neuen Marke, tatkräftig, sympathisch – und vor allem: neugierig und aufgeschlossen, wenn es gilt, sich neue kulinarische Eindrücke zu erschließen. Die Entscheidung fiel für eine Kombination aus Signet und Schriftzug: Tante Franzi holt den Kunden emotional ab; sie ist der Dreh- und Angelpunkt des Logos und damit auch des Etiketts. Der Zusatz „Herzhafter Aufstrich“ unterstützt den Kunden inhaltlich: [REDACTED FOR PUBLICATION]
-Anschließend ging es um die Entwicklung des Farbkonzepts unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren, die Zutaten der einzelnen Sorten standen dabei als wichtige Referenz Pate. Das Ergebnis: eine Farbauswahl, die unsere Sehgewohnheiten mit erfrischenden Impulsen versorgt und Menschen anspricht, die das Neue und Ungewohnte suchen. [REDACTED FOR PUBLICATION]
-Nun startete die konkrete Umsetzung: Wir entwickelten das Layout der Etiketten für die einzelnen Sorten. [REDACTED FOR PUBLICATION]

3. Optional: Verweisen Sie in der Nominierung auf alle Anhänge mit unterstützenden Materialien und belegen Sie die von Ihnen getätigten Aussagen in der Nominierung. (bis zu 250 Wörter)

Total 17 words used.

Die beigegefügte PDF-Datei unterstreicht und ergänzt die in der Nominierung dargestellten Inhalte durch Bildmaterial und weiterführende Informationen.

4. Reichen Sie folgende Informationen online ein, um in diesen Kategorien teilzunehmen: Schriftliche Antworten auf die folgenden Fragen ODER ein Video von bis zu fünf (5) Minuten Länge, das alle diese Fragen beantwortet. Bitte wählen Sie eine Möglichkeit aus:

Schriftliche Beantwortung der Fragen

5. Wenn Sie ein bis zu fünf (5) Minuten langes Video einreichen, geben Sie bitte hier die URL des Videos ein ODER fügen Sie das Video über den obigen Link "Hinzufügen von Anhängen, Videos oder Links zu diesem Beitrag" Ihrer Nominierung bei, und laden Sie so eine Kopie Ihres Videos hoch.

6. Beschreiben Sie die Entstehungsgeschichte der nominierten Kampagne: die Gründe, aus denen sie initiiert wurde, die Herausforderungen, zu deren Bewältigung sie geschaffen wurde, die Probleme, zu deren Lösung sie entwickelt wurde, usw. (bis zu 250 Wörter)

Total 217 words used.

Das Familienunternehmen Simmler aus dem Südschwarzwald stellt seit über 90 Jahren Premium-Konfitüren und -Marmeladen her. Nun gesellt sich eine völlig neue Produktkategorie zum bisherigen Sortiment. Es handelt sich um herzhaft-fruchtige Aufstrichkreationen in vier ungewöhnlichen Geschmacksrichtungen: Karotte-Ingwer-Aprikose / Erbse-Quitte / Rote Beete-Albinse-Schwarzkirsche / Tomate-Höri Bülle-Hagebutte. Die Aufstriche bestehen also aus Früchten und Gemüse – und sind, auf neudeutsch: fruity & veggie, einfach freggie – und zu jeder Tageszeit passend. Tante Franzis Aufstriche werden mit Herz und klimafreundlich im Familienbetrieb produziert – ein neues Produkt, das Herkunft, Haltung und Genuss vereint. Unsere Aufgabe bestand darin, die Produkteinführung auf dem deutschen Markt kreativ zu begleiten.

Die Herausforderung sahen wir vor allem in zwei Faktoren: der Zusammensetzung der Zielgruppe(n) und der Vereinbarung von neuer Marke und Dachmarke.

- Einerseits ging es darum, die traditions- und qualitätsbewussten Bestandskunden für das neue Produkt zu begeistern und sie zu der neuen Aufstrichkreation „mitzunehmen“. Unter anderem aus diesem Grund war es uns ein zentrales Anliegen, für das neue Produkt unter der Dachmarke Simmler einen hohen Wiedererkennungswert zu gewährleisten.
- Andererseits war es natürlich auch ein wichtiges Ziel, neue Kundengruppen zu erschließen, wobei wir hier besonders Millennials, ethische Ästheten, Ernährungsbewusste und Vegetarier / Veganer im Blick hatten. Hier lag unser Hauptaugenmerk darauf, die Traditionsmarke Simmler in einem frischen, kreativen Look&Feel zu präsentieren, also die gesamte Marke von Grund auf neu zu denken.

7. Beschreiben Sie die Aktivitäten und konkreten Ergebnisse dieser Kampagne oder dieses Programms seit Januar 2023. Selbst wenn Ihre Initiative früher begonnen hat, beschränken Sie Ihre Antwort auf die Aktivitäten und Ergebnisse seit Januar 2023 (bis zu 250 Wörter)

Attachments/Videos/Links:

[Verpackungsdesign Tante Franzi](#)

[REDACTED FOR PUBLICATION]