



Foto: Deerns & Jungs

Anfangs wurde das Verpackungsthema breit angelegt, und es wurden verschiedene Materialien durchgespielt. Es ging um hohe Stabilität verbunden mit Nachhaltigkeit.

Baukasten als Alleinstellungsmerkmal

Vielfalt ist das Motto der Uhrenmarke Stamps. Gerade für modebewusste Menschen bietet die Möglichkeit Armbänder und Motive zu wechseln ungeahnte Varianten. Mit der neuen Uhrenserie *Green Line* sucht das Unternehmen nachhaltige Akzente zu setzen. Mit Ilka Zentgraf, Deerns & Jungs, Hamburg, sprach Ute von Buch über das Packungskonzept.

Was war die besondere Herausforderung beim Packungsprojekt für die Uhren der Marke Stamps?

Dass wir von der Strategie zur Neuausrichtung über Motiv-Design der neuen Ziffernblatt-Kollektion bis hin zur Entwicklung einer nachhaltigeren Verpackung und ihrer Gestaltung eingebunden waren. Als besondere Herausforderung entpuppte sich die Einzelverpackung der Ziffernblätter, da die Uhren auf einem Baukasten-System beruhen. Sie waren in einer Stand-Alone-Verpackung zu arretieren bei gleichzeitig optimaler Sichtbarkeit und Schutz vor Verkratzen in einem offenen Sichtfenster. Das brauchte ein paar Schleifen.

Welche Schwerpunkte setzt das Gestaltungskonzept, das Ihre Agentur entwickelt hat?

Die Marke Stamps sollte wieder mehr ins Gespräch kommen. Sie sollte hochwertiger positioniert werden und vermehrt den Weg in kleinere, exklusivere Geschäfte schaffen. Durch die Neupositionierung erschließen wir einen zusätzlichen Käuferkreis und fokussieren auf das Alleinstellungsmerkmal der Marke – das Baukasten-System.

Die neue *Green Line* basiert auf vier Materialien: Ocean Plastic, Stamps-Text (eigens produziert aus Zellulose), Ananas-Schale und recyceltem Plastik. Passend dazu entwickelten wir die Motive für die Ziffernblätter: zum Beispiel eine Meeres-Schildkröte, ein Buchen-Blatt, Ananas-Artwork.

Das Packungsdesign visualisiert das Baukasten-System. Passend zum Claim *time to change* illustrieren wir einen Rapport, der die verschiedenen Einzelteile, mit denen man sich seine individuelle Uhr zusammenbauen kann, kommuniziert. Gleichzeitig ging es uns um die adäquate Präsen-

tation am PoS. Die Plastik-Verpackungen der Vergangenheit hatten ein Euroloch und wurden an Ständern aufgehängt. Im Zuge des Relaunches setzten wir auf hochwertigere Präsentationen an besonderen Plätzen: neben der Kasse, auf Sonderflächen, in Regalen. Die von uns entwickelten Verpackungen stehen allein und die Ware springt dem Kunden ins Auge.

Nachhaltige Verpackung: Kamen mehrere Materialien in Frage oder haben Sie sich gleich auf den Karton fokussiert?

Natürlich sind wir anfangs breit an die Aufgabe herangegangen. Wir haben verschiedene Materialien durchgespielt. Uns ging es um gute Stabilität verbunden mit möglichst hoher Nachhaltigkeit. So sind einige Materialien wieder herausgefallen, da weite Transportwege zurückgelegt werden müssten bei gleichzeitig geringerer Stabilität. So landeten wir bei einem Karton, der in Europa hergestellt wird.

Nach welchen Kriterien haben Sie die Faltschachteldruckerei ausgesucht?

Noble-Pac ist ein langjähriger Partner von uns. Besonders schätzen wir, dass sie sich voll in die Entwicklung einbringen und mit wertvollen Tipps für das Konstruieren der Verpackungen zur Seite stehen. Auch hier achten wir auf kurze Wege und möglichst regionale Partner.

Wie kommt das Packungskonzept beim Kunden an?

Die Reaktionen waren großartig. Es ist schön zu sehen, dass unser Plan aufgeht.



Ilka Zentgraf
Deerns & Jungs
Hamburg
www.duj-design.de