

Süße Inszenierung:

Virtueller Supermarkt als neue Dimension

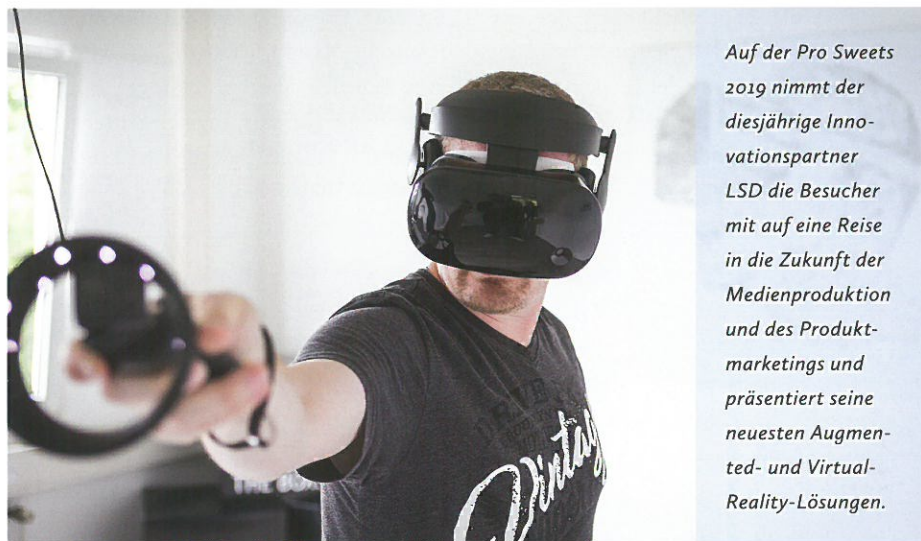
Alle Jahre wieder werden auf der Internationalen Süßwarenmesse Neuheiten gezeigt. Die Aussteller der weltweit größten Messe ihres Bereichs überraschen Jahr für Jahr mit interessanten Konzepten, neuen Produkten, inspirierenden Verpackungen. Die kleinere Schwester Pro Sweets will den Verpackungsbereich abdecken und sucht der viel größeren Schwester ISM nachzueifern, was mal mehr mal weniger gelingt. Für die Auflage 2019 hat sie sich als Innovationspartner das Düsseldorfer Unternehmen LSD an die Seite geholt, einen der großen Player im Bereich Verpackungsentwicklung, Werbemittel- und Medienproduktion. *creativ verpacken* sprach mit Jürgen Hein, Leiter Beratung und Verkauf sowie Member of the Board bei LSD, über das Engagement des Unternehmens auf der Pro Sweets. Die Fragen stellte Ute von Buch.

Innovationspartner der Pro Sweets 2019 zu sein – was bedeutet das?

In jedem Fall ein erweitertes Messeerlebnis für die Besucher. Im Ernst: Als Innovationspartner wollen wir mit den Pro-Sweets-Besuchern einen Blick in die Zukunft der Medienproduktion, der Verpackungsentwicklung und des Marketings werfen. Seit mittlerweile 30 Jahren reagiert LSD auf die Herausforderungen der fortschreitenden Digitalisierung mit Transformationen in nahezu allen Bereichen. Heute kombinieren wir klassische Medienproduktion mit digitalen Lösungen und – mit Augmented Reality (AR). Wir möchten Erfahrungen und Informationen austauschen und im Dialog kreative Ideen und Innovationsimpulse generieren. Hierzu werden wir auch einige unserer jüngsten Lösungen vorstellen, die demonstrieren, welche Potentiale die Ära 4.0 für uns alle bereithält.

Welche Innovationen erwarten die Besucher?

Wir zeigen, wie sich heute mit AR Marken erschaffen und erweiterte Produkterlebnisse für Verbraucher erzeugen lassen. Unsere App Snoopstar verwandelt mit AR-Technologie einen einfachen Gegenstand wie eine Süßwarenverpackung in einen multimedialen Informationsträger und Kommunikationskanal, der ganz neue Formen der Interaktion ermöglicht. Hierdurch kann ein Konsument über seine Smartphone-Kamera x-beliebige Produkte




Auf der Pro Sweets 2019 nimmt der diesjährige Innovationspartner LSD die Besucher mit auf eine Reise in die Zukunft der Medienproduktion und des Produktmarketings und präsentiert seine neuesten Augmented- und Virtual-Reality-Lösungen.

Foto: LSD

»snoopen« (scannen) und sie virtuell zum Leben erwecken – um sich Zusatzinfos wie Inhaltsstoffe, Allergikerhinweise, Animationen, Videos, Bilder, Links zu Onlineshops, Gewinnspiele, Social-Media-Plattformen und vieles mehr anzeigen zu lassen. Für die Branche der Fast Moving Consumer Goods (FMCG) entsteht dadurch eine völlig neue Dimension des Produktmarketings. Außerdem laden wir die Messebesucher ein, in unserem virtuellen Supermarkt die nahezu unbegrenzten Möglichkeiten von Virtual Reality (VR) zu erleben. Denken Sie zum Beispiel an die Marktforschung. Wenn Sie wissen möchten, wie Ihre neuen Verpackungsdesigns im Regal neben den Produkten der Konkurrenz wirken, können Sie das heute kostensparend mithilfe

unserer VR-Lösungen herausfinden. Unser Innovationsfokus ist stark am Digitalen ausgerichtet. Wir wollen den Besuchern in einem Dummybereich aber auch zeigen, warum das Analoge nicht an Bedeutung verlieren wird. Für uns sind das Digitale und das Analoge komplementäre Bestandteile der Verpackung der Zukunft.

Wie könnte die Süßwarenverpackung der Zukunft aussehen?

Ehrlich gesagt: genauso wie heute. Verändern wird sich die Verpackung selbst wohl nicht. Schon eher deren virtuelle Erweiterung. Die Verpackung der Zukunft hat eine Dimension mehr. 



Jürgen Hein
LSD
Düsseldorf
www.lsd.de

Eis im landestypischen Look


Welch besseren Botschafter kann ein Land vorweisen als Produkte für das gute Lebensgefühl. In der Schweiz wurde eine Eismarke lanciert, deren Packungsdesign wie in einem Lehrbuch typische Symbole vereint.

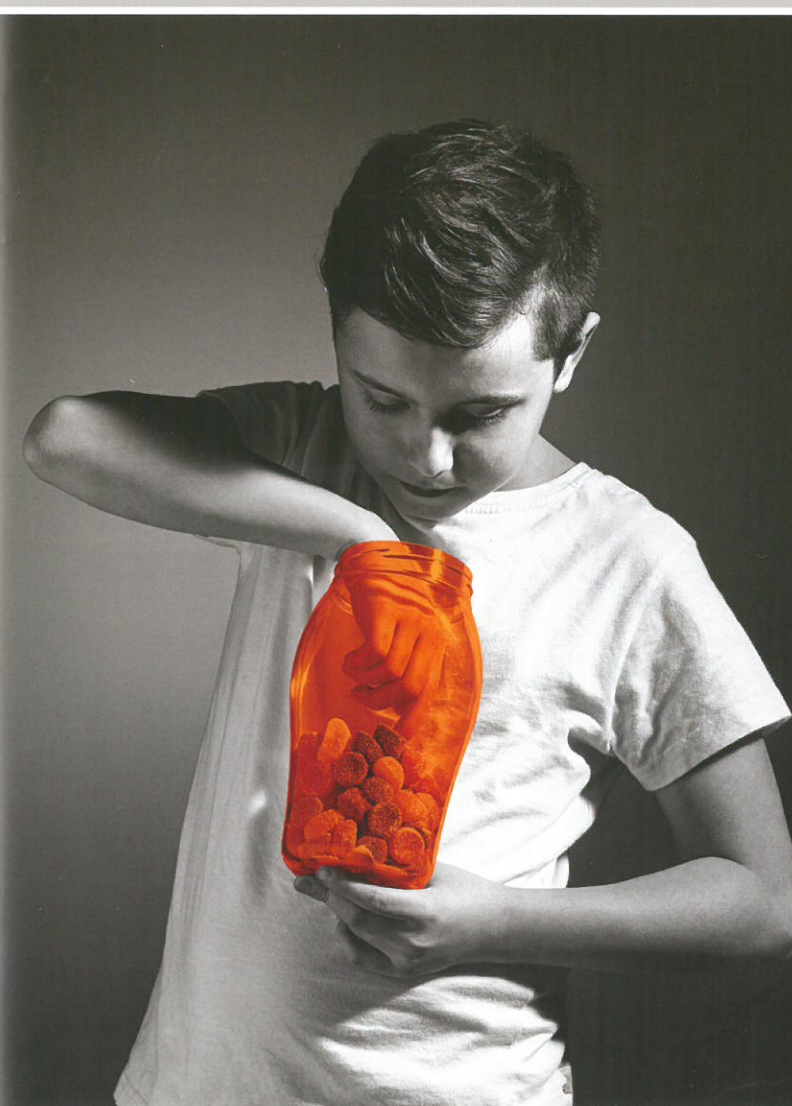
Ein zartes Blumenmuster ist eines der wiederkehrenden Designmerkmale, die Studio Schoch, Zürich/Schweiz, für die neue Speiseeis-Marke von Midor entwickelt hat. Es erinnert an die Schweizer Scherenschnittkunst und ist somit Botschafter für den internationalen Markt. Ebenfalls verbunden mit der Herkunft ist die Verwendung landestypischer Elemente und Farben: rot, weiß, das Wappensymbol, selbst der Name des Produkts Gelateria Helvetia verweist auf den Alpenstaat. Der plakative Gestaltungsaufbau setzt die Designelemente in klare Strukturen und kommuniziert Premiumqualität und Genuss. Der serifenlose Schriftzug bekommt durch ein Licht-Schatten-Spiel einen Retro-Charakter und vermittelt Tradition. Im Zusammenspiel mit der eleganten Handschrift und der goldenen Edelweiß-Illustration wirkt das Logo eigenständig und verlockend. Die Eiskreationen sind in den Sorten Sahne Zauber, Schoggi Traum und Espresso Cremoso im Becher erhältlich. Für die Lancierung wurde eine Webseite gestaltet, auf der der



Schweizer Symbole vermitteln Tradition und wecken Lust auf Eis in Premiumqualität.

Foto: Studio Schoch

Konsument weitere Informationen und Serviervorschläge erhält. Um die Swissness der Marke zu verstärken, ist die Seite auch in Schweizerdeutsch aufrufbar.  RM



RPC – THE ESSENTIAL INGREDIENT



www.rpc-group.com



@rpc_group

© 2019 RPC Group Plc. All rights reserved.