

Konzeptarbeit Badesalz

Nils Pagel

Martin Ludwig

MDP 01.1

**Crystal
Care**

I Aufgabenstellung

- Entwicklung eines werbewirksamen Auftritts der “Crystal-Care” Produktereihe, in erster Linie den des Badensalzes.
 - Erstellung einer Präsentation im Web
 - Entwicklung eines Logos
 - Entwicklung eines Produktimages
 - Gestaltung von diversen Printprodukten, die ihre Gestaltungsmerkmale beibehalten (Corporate Identity)
-

| Name

“Crystal Care”

| Produktart

Badesalz / Pflegeprodukte aus Badesalz

| Kommunikationsziel

Was will ich erreichen?

Unser Produkt soll eine größere Zielgruppe (20-40 Jahre) ansprechen. Desweiteren bieten wir hohe Qualität zu moderaten Preisen an. Ziel ist es Badesalz in die Reihen der täglichen Bedarfsprodukte zu etablieren und nicht mehr als Luxusgüter anzusehen.

Womit will ich dies erreichen?

Wir wollen den Käufer auf unserer Website und durch diverse Printkampagnen über die Crystal Care Produktreihe, insbesondere das Badesalz, aufklären. Unsere Produkte sind so gestaltet das sie sich aus der breiten Masse hervorheben und zum Kauf anregen.

| Das Logo

Das Logo ist unter folgenden Gesichtspunkten entstanden:

- Salz wird aus dem Meer gewonnen, damit sind Wellen verbunden, die man im unteren Bildzeichen des Logos wiedererkennt.
- Die Farbe des Logos wählen wir ebenfalls in Anlehnung an das Meer.
- Die gewählte Schrift “Creampuff” drückt Freude und Vitalität aus. Es ist eine weiche geschwungene Schrift, serifenlos und von uns Form und Schriftcharakter modifiziert.
- Das Logo liegt als Vektorgrafik vor, funktioniert auch ohne Sonderfarben, ist in allen Größen darstellbar und besitzt eine optimale Lesbarkeit. Damit ist es für diverse Werbemittel, wie Kulis oder Notizblöcke etc. gut geeignet.

| Die Farben

Wir wählten einen Blauton mit der Zusammensetzung Cyan 90; Magenta 50; Gelb 0 und Schwarz 0 (entspricht HKS 39K), da unsere Printprodukte im 4 Farb-Offsetdruck produziert werden. Die Farbe ist modern, belebend und spricht somit eine große Zielgruppe an.

Als Komplementärfarbe wählten wir einen Orangeton mit der Zusammensetzung Cyan 0; Magenta 30; Gelb 100 und Schwarz 0. Diese steht für Wärme, Entspannung und Geborgenheit.

| Grundidee

Wir bringen ein Produkt auf den Markt, daß sich von anderen Produkten seiner Klasse abhebt, weil es einer hohen Qualitätskontrolle unterliegt, d.h. der Kunde bekommt hohe Qualität zu einem angemessenen Preis. Die Qualität wird durch ständige Kontrollen des Salzes gewährleistet, was wir in einer sehr auffälligen Plakatkampagne aufzeigen wollen. Die Firma Damol bringt mit "Crystal Care" eine neue Reihe von Pflegeprodukten, insbesondere Badesalz auf den deutschen Markt. Desweiteren soll es ein Shampoo und ein Duschgel geben.

Die Gestaltung werden wir bei den verschiedenen Produkten beibehalten um einen besonders hohen Wiedererkennungswert (CI) zu erzielen.

Durch diverse Web- und Printkampagnen wollen wir versuchen es der Zielgruppe näher zu bringen.

| visuelle Botschaft

- Das Layout soll entspannend auf seinen Betrachter wirken.
- Entdeckt der Kunde unser Produkt im Regal und findet das Design ansprechend, dann zieht er es anderen Produkten vor, denn er denkt sich "was so gut aussieht und so günstig ist, kauf ich". Denn gutes Design bürgt für Qualität.

| werbewirksamer Umfang

Zur Kampagne gehören:

- ein vierseitiges Prospekt (DIN A6 quer)
- eine Website um die Produkte einer größeren Zielgruppe vorzustellen
- verschiedene Etiketten und Verpackungen
- diverse Zeitungsannoncen
- Plakate
- Tester / Proben zum Auslegen in Apotheken und Warenhäusern

| Typographie

Mengentext: Futura LT BT; 10 pt
- eignet sich gut weil es eine moderne, zeitlose und gut lesbare Schrift ist

Headlines: Futura Md BT; 14 pt
- hebt sich gut vom Mengentext ab, gut lesbar

| Formate

Prospekt: DIN A6 quer
Plakate: A1, A2
Probepackung: 80 mm x 50 mm
Annoncen: A6

| Papier

Prospekt: 120 g/m³
- nicht zu hohe Dichte, denn sonst lässt es sich schwer falzen
- handlicher
Plakate: A1 - 190 g/m³
A2 - 190 g/m³
- wenn es in einer Drogerie oder einem Warenhaus aushängt und Licht darauf fällt kann man es nicht aus jeder Perspektive sehen
Probepackung: Tiefdruck
Annoncen: je nach Herausgeber

| Website

optimiert für die Auflösung 800x600 Pixel

- Startseite mit Logo und Auswahl (Flash oder kein Flash)
- Beschreibung des Badesalzes mit Entstehung und Gewinnung
- gesonderte Erläuterungen der anderen "Crystal Care"-Produkte

| Prospekt

Format: DIN A6 quer, 4 seitig, 4C
- viel weißraum = Ruhe, Ausgleich
- Produktvorstellung

| Etiketten

Format: 70 mm x 100 mm; 4C;
verwendet werden Bilder in Verbindung mit dem Logo

- auf der Rückseite der Verpackung spezifische Informationen über das Produkt, Barcode etc.
- auf der Vorderseite klar gegliedert, wenig Daten um Eyecatcher - Effekt zu erzielen

| Plakat

Format: DIN A1 & DIN A2; 4C

- Foto siehe Scribbel (handverlesen) als Eye-Catcher
- wenig detaillierte Informationen über das Produkt, kurze und prägnante Kernaussage

| Bilder

- eventuell Badeeinrichtungen, Badewanne etc. werden Verwendung finden
 - Bilder sollen entspannend und beruhigend auf den Betrachter wirken, warme Farben
 - bei Plakat Foto siehe Scribbel (handverlesen)
-



CRYSTAL CARE



Crystal Care



Crystal Care



CRYSTAL CARE



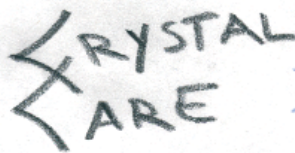
CRYSTAL CARE



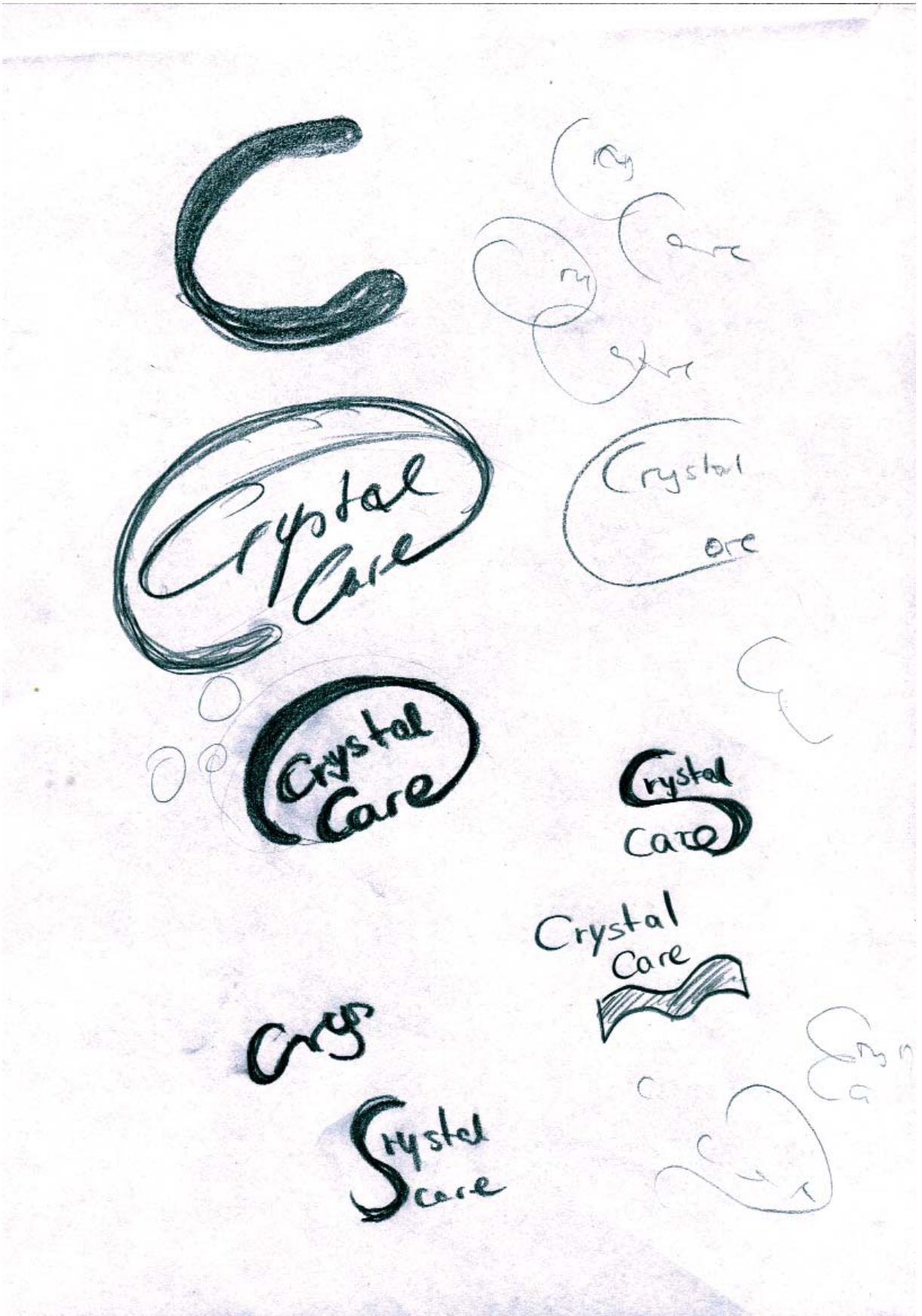
CRYSTAL CARE

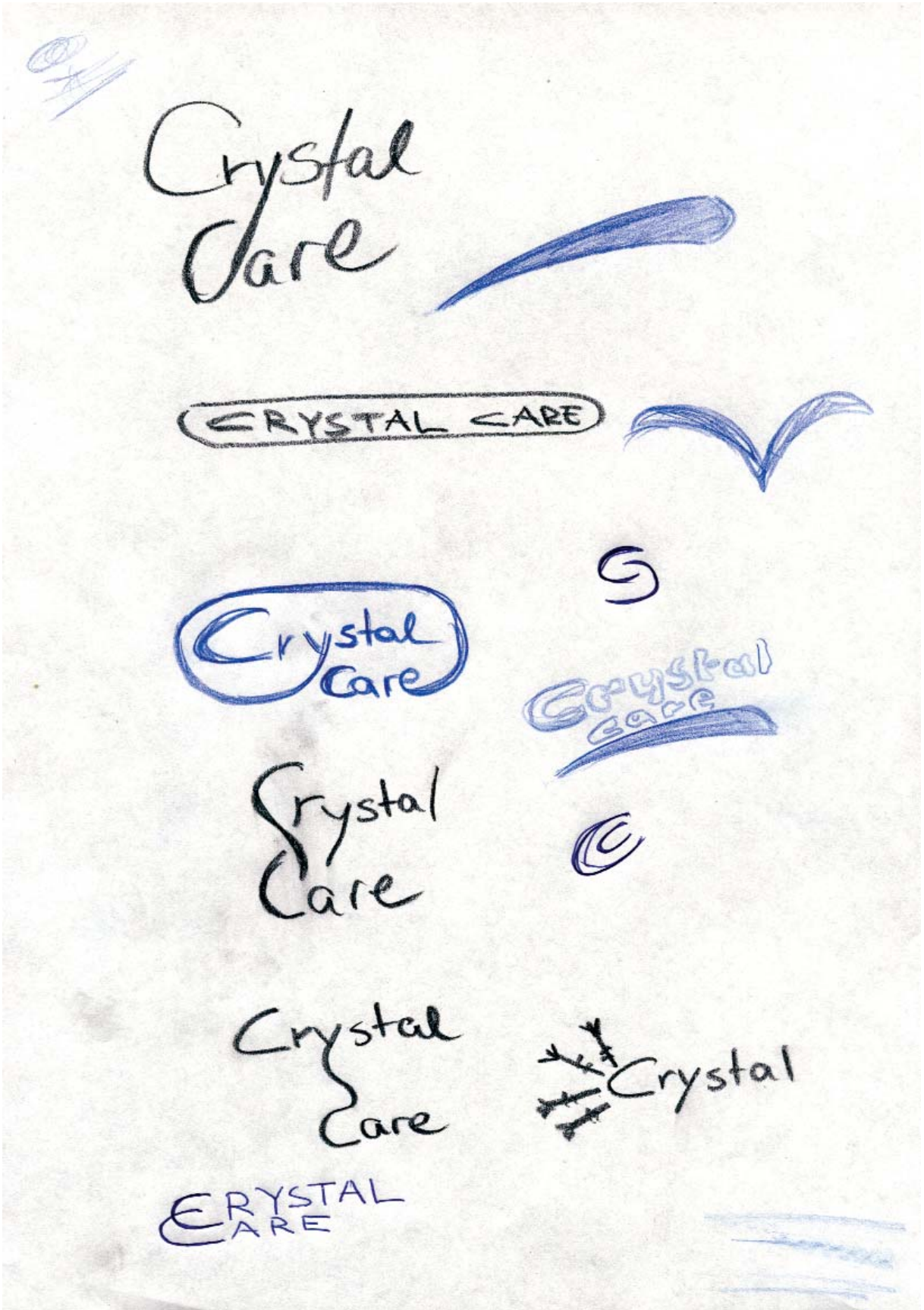


CRYSTAL CARE



CRYSTAL CARE





Scribbles:



Cristal
care

Cystal
care

Cristal care

CRYSTAL
care

CISTAL
care

Cristal
care

Cristal
care

Cristal
care

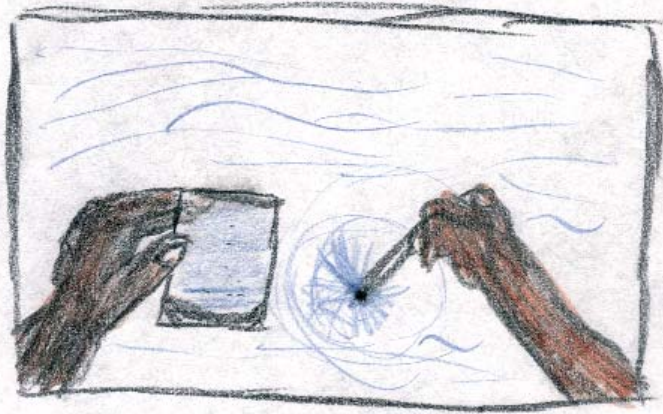
crystal
care

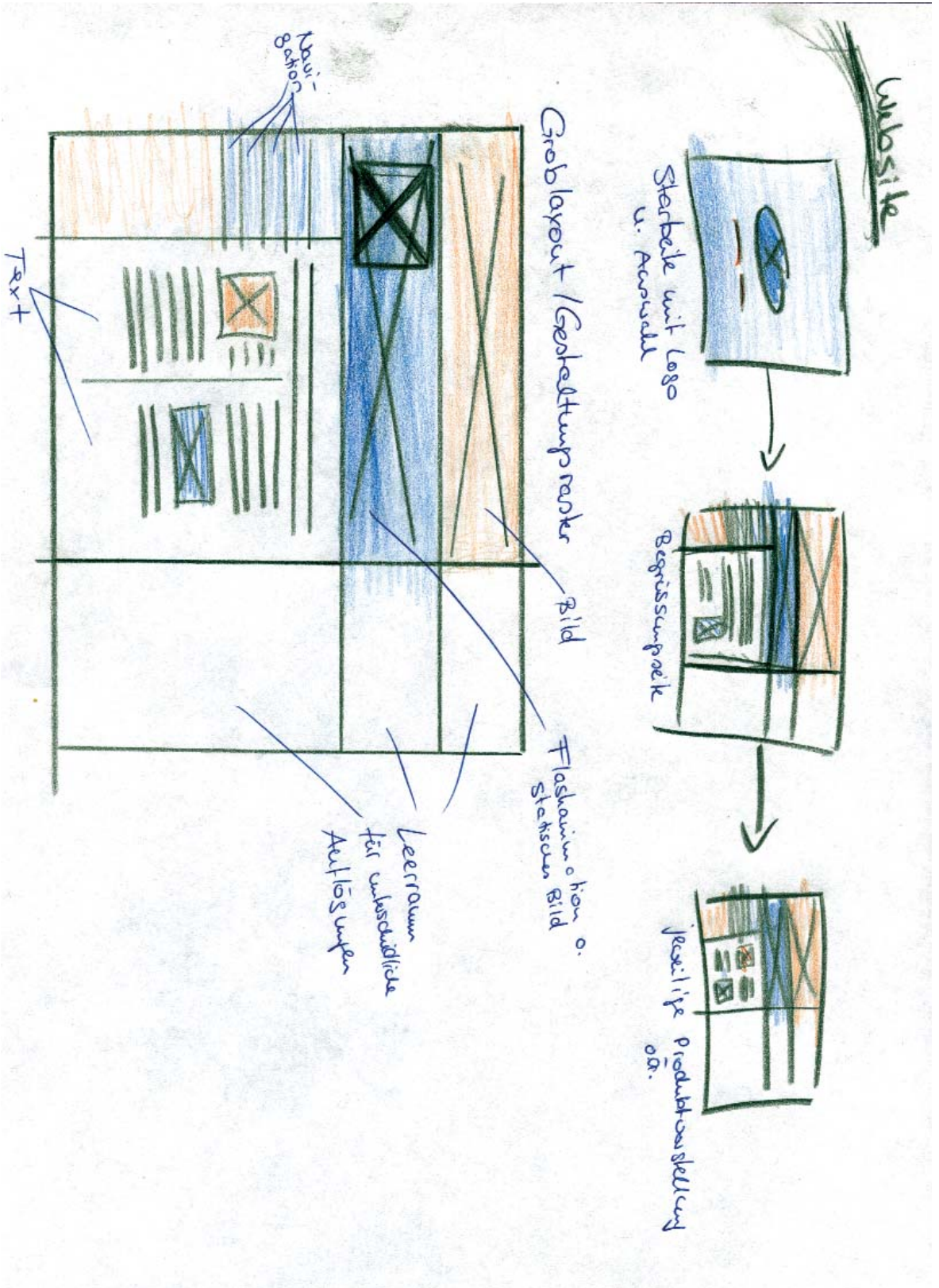
crystal
care

crystal
care

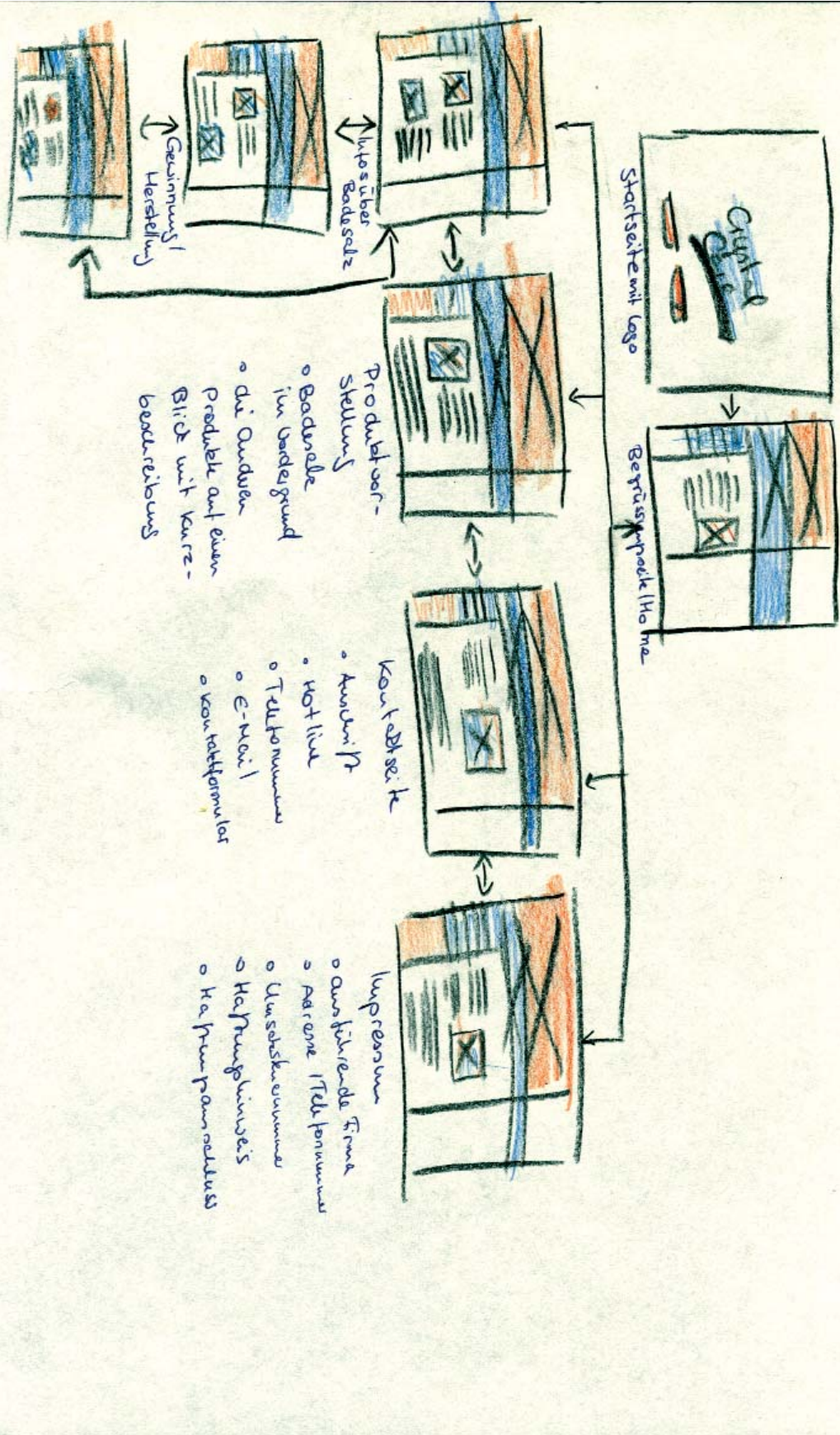
~~Set~~ Scribbles für Plakatfoto:

(selbst gemacht)

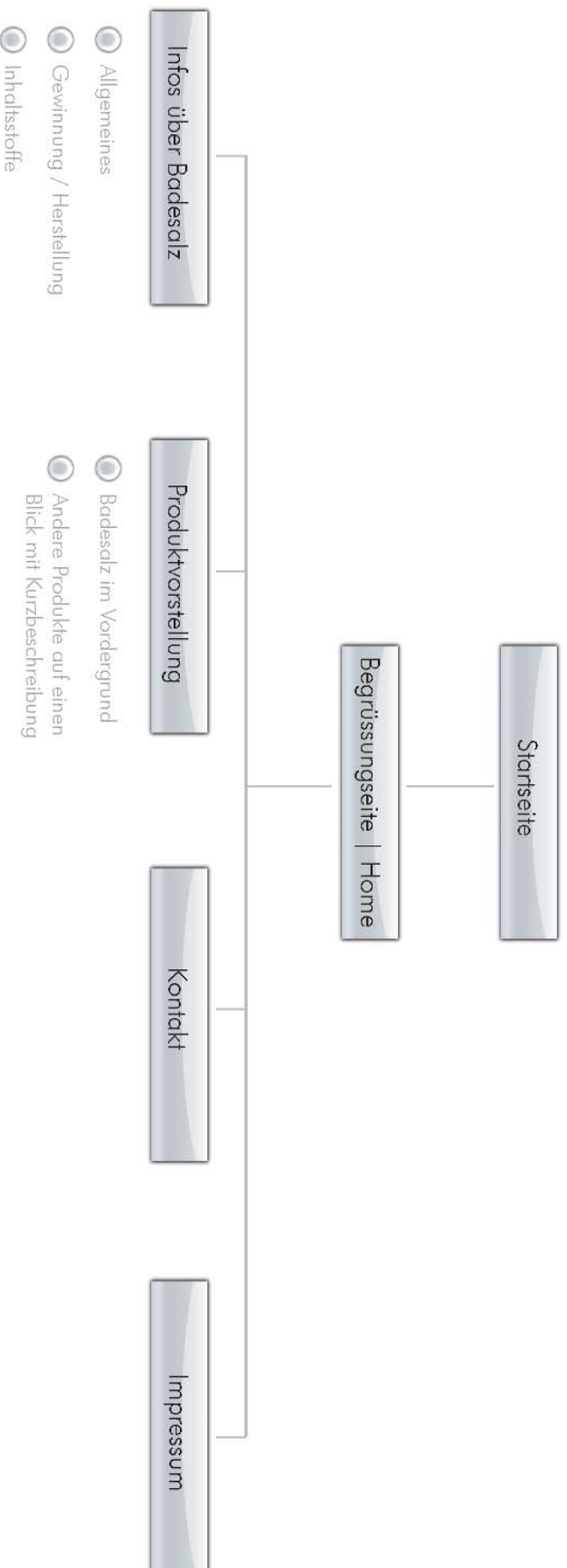




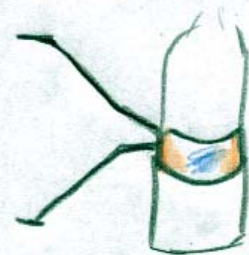
Storyboard



Linkplan



Etikette



SCRIBBLE:

Plakat :

