

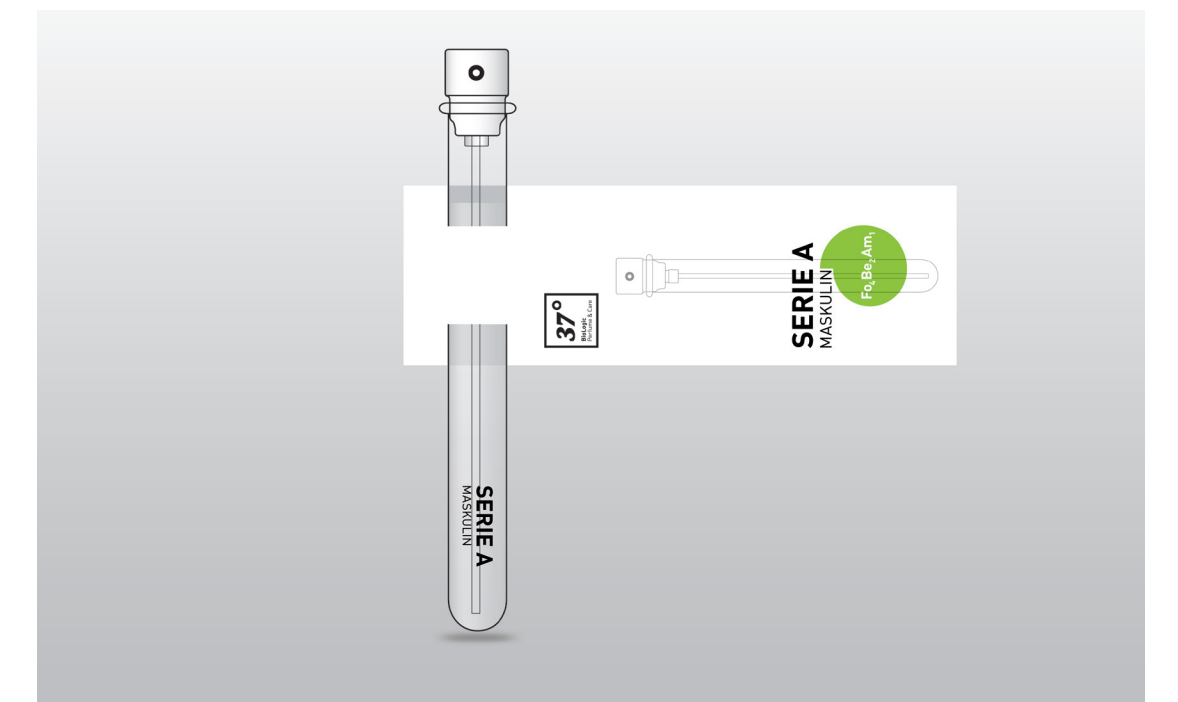
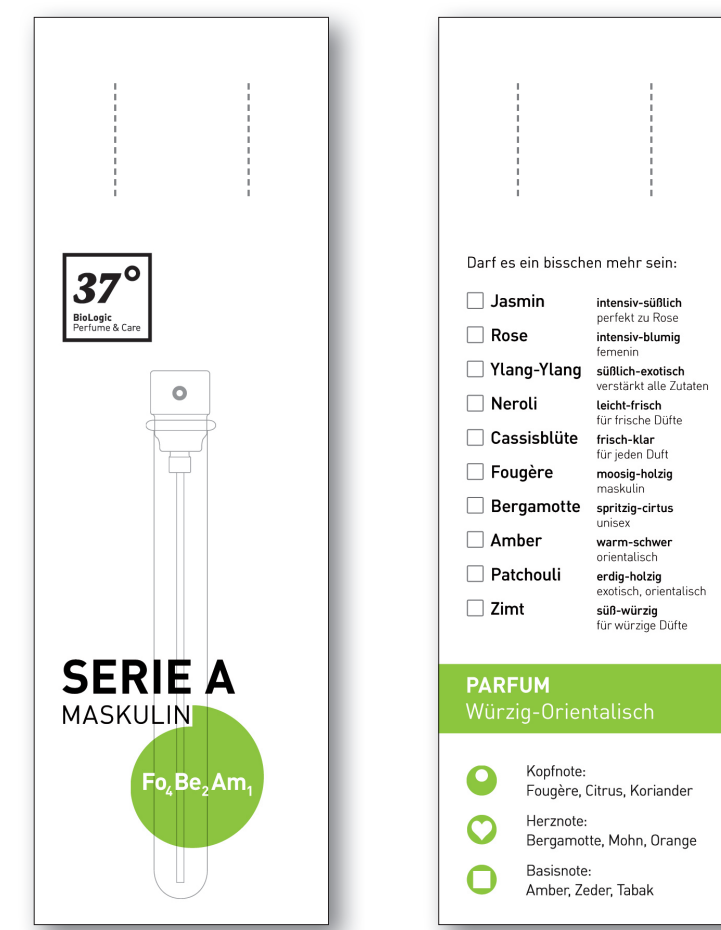
# „DER DUFT DES NEUEN“ KONZEPTION UND ENTWURF VON KOMMUNIKATIONSMEDIEN FÜR EINEN PARFÜMSHOP.

## PACKAGING



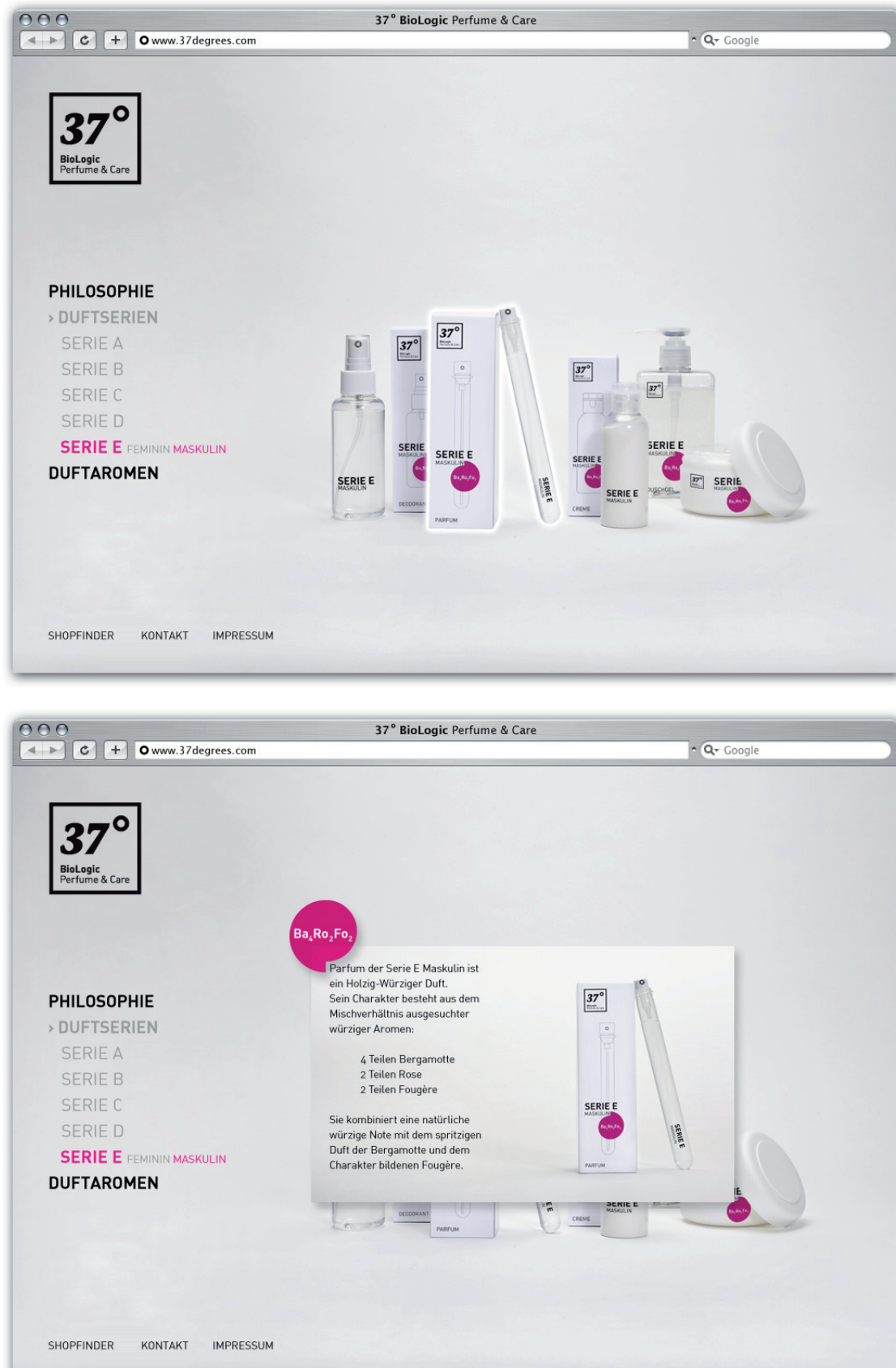
### Parfum Aufstecklabel

Für die Parfums der Duftserien werden spezielle Aufsteck-Label produziert. Wenn der Kunde das spezielle Prosomingebot in Anspruch nehmen möchte, sucht er sich aus den fünf Duftserien ein Parfum aus. Die Aromaberaterin kreuzt dann die vom Kunden verlangten Duftaromen an und stellt hiernach das individuelle Parfum des Kunden zusammen. Dieser bekommt dann sein Parfum mit diesem Aufsteck-Label zurück, damit dieser genau nachvollziehen kann, welche Duftaromen er hat mischen lassen. Außerdem kann der Kunde damit beim nächsten Kauf diesen Duft leichter reproduzieren oder abändern lassen.



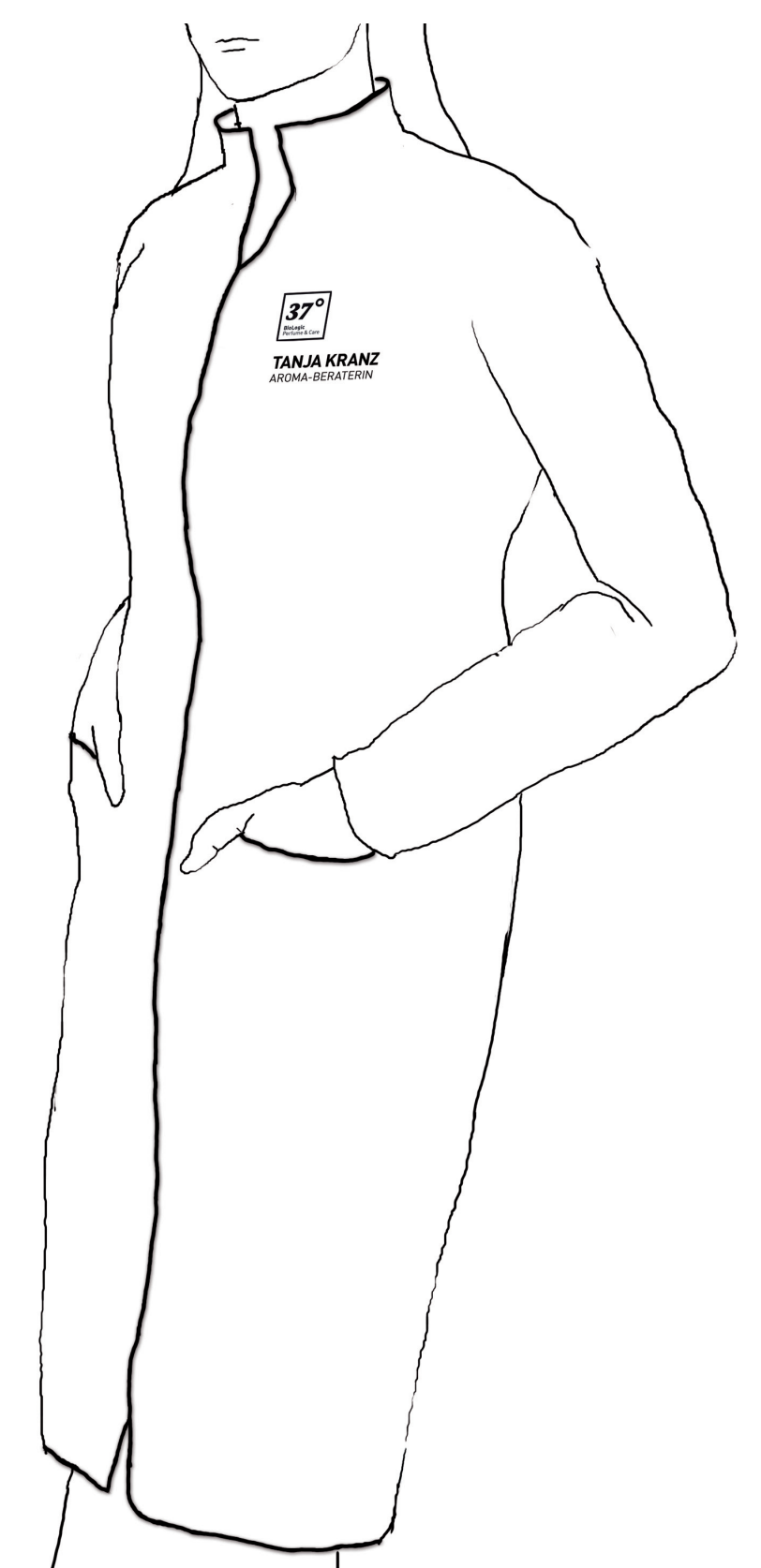
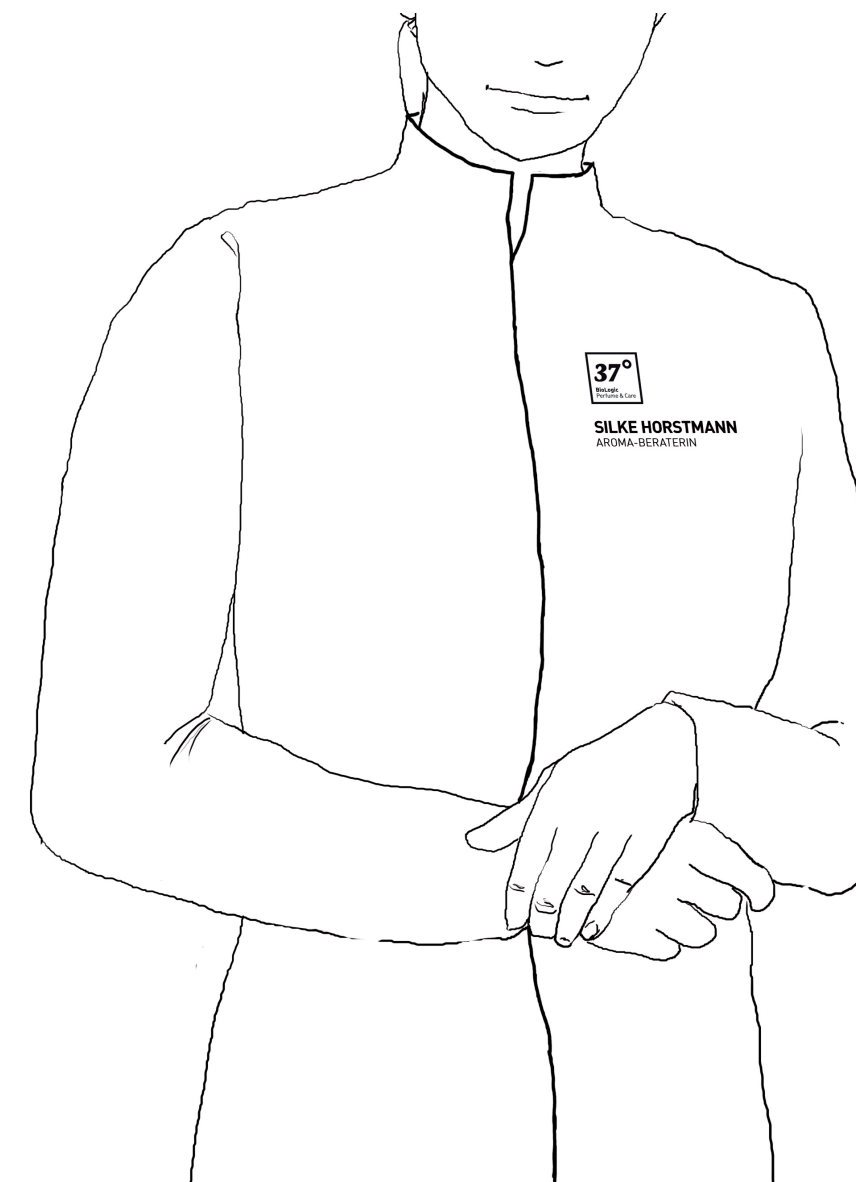
## WEBSITE

Der Internetauftritt der Marke 37° hat in erster Linie informativen Charakter. Hier kommuniziert die Marke ihre Geschäftsphilosophie und klärt über ihre Produktlinien auf und widmet sich den zehn Aromen, mit denen der Kunde im Shop seinen Duft verfeinern kann.



## CORPORATE-FASHION

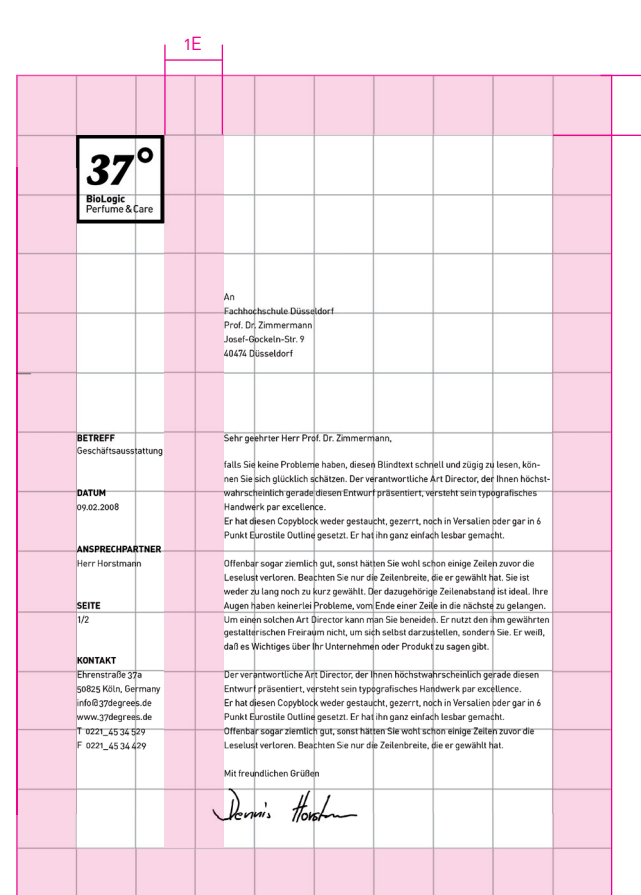
Die Mitarbeiter mit Kundenkontakt erhalten für ein einheitliches Auftreten und zur Stärkung der Marke Arbeitskleidung. Diese Arbeitskleidung besteht aus einem weißen Kittel und einer weißen Hose. Der Kittel hat einen hohen Kragen, knielang und ist tailliert geschnitten. Die Säume sind mit einer schwarzen Naht abgesetzt und greifen so den Rahmen des Signets auf. Das Signet der Marke, Name des Mitarbeiters und dessen Aufgabenbereich sind auf der linken Seite des Kittels eingestickt.



## GESCHÄFTSAUSSTATTUNG

Die Geschäftsausstattung der Marke 37° besteht aus Briefbogen und zwei doppelseitigen Visitenkarten (personalisierte Version für Mitarbeiter und eine unpersonalisierte für den Shop). Als Papier für die Geschäftsausstattung wurde das Splendorgel E. W. des Herstellers Fedrigoni gewählt. Es hat eine gestrichene seidige Oberfläche und ist Hochweiß. Das Papier liegt in Grammaturen von 85 gr/m<sup>2</sup> bis 340 gr/m<sup>2</sup> vor und wird auch in vielen Kuvertvarianten produziert.

Der beidseitig bedruckte Briefbogen wird auf einer 85 gr/m<sup>2</sup> Grammatur gedruckt. Durch die vollflächige Bedruckung der Rückseite mit 20% Schwarz, schlagen die Produktillustrationen der Rückseite auf der Vorderseite als Wasserzeichen durch. Das Briefpapier basiert in seinen Grundzügen auf dem entworfenen Raster für Printobjekte.



## BEWERBUNG

Die Gestaltung von Printanzeigen unterliegt in den Grundzügen den hier schon erwähnten Prinzipien, wie Raster, Drittelregel und der Bildsprache. Desweiteren sollte der gewählte Sprachstil dem Markenbild entsprechen, also in erster Linie objektiv, beratend und unkompliziert sein. Der Kunde sollte geduzt werden, damit sich gerade die jungen Konsumenten angesprochen und verstanden fühlen.

