

# Ein Plan, ein Wort, ein Bild

## Neue Wortschöpfungen im Vormarsch

Die Wirkung von Design- und Wordingelementen ist untrennbar miteinander verflochten. Erst durch das stringente Zusammenspiel von Form, Material, grafischer Idee und Namen kann man die Emotionalität eines Packungsauftritts optimal zur Geltung bringen.



Bei switch:design in Hamburg findet man daher nicht nur Grafiker, sondern auch erfahrene Strategen und Texter. Die Integration des sogenannten Naming-Prozesses wird umso wichtiger, wenn es um eine wachsende Marke mit Submarken und Line Extensions geht. Denn hier kommt zusätzlich die Notwendigkeit einer schnell funktionierenden Informationshierarchie ins Spiel, um der Markenfamilie ihre unverzichtbare Struktur zu geben. Strategic Planner unterstützen deshalb die Designer mit relevanten „Consumer Insights“, einem tieferen Verständnis der Zugangsmotive von Verbrauchern zur betreuten Marke. Und auch die enge Zusammenarbeit zwischen Designern und Textern ist im Team von René Fehrmann und Elmar Sperling selbstverständlich.



*Elmar Sperling und René Fehrmann haben sich auf Marken-(Re-)Launches und die Ausweitung von Markenfamilien spezialisiert.*



### Pflege der Markenfamilien

Bei Nivea reichten beispielsweise zu Beginn vergleichsweise simple, ordnende Schlagworte wie „Visage“ oder „Hair“ zur Benennung der Submarken. Jüngere Nivea-Submarken basieren auf phonetisch und assoziativ anspruchsvolleren Wortschöpfungen wie „DNAge“.

Einen ähnlichen Ansatz wie bei Nivea hat switch:design bei der Konzept-Schöpfung „H2Obst“ von Vilsa-Brunnen verfolgt. Durch die simultane Entwicklung von Naming und Design wurde dem Getränk eine innovative, funktionale Aura verliehen, ohne die Aspekte Natürlichkeit und Appetite Appeal zu vernachlässigen.

### switch:design

Marketingstrategie Elmar Sperling (44) startete seine Berufslaufbahn als

Kundenberater bei der Werbeagentur Leo Burnett. Dort arbeitete er für Marken wie Marlboro und Kellogg's. Danach zog es ihn nach Hamburg zu Springer & Jacoby, wo er für Kunden wie Bacardi und Panasonic tätig war.

Von Anfang an freiberuflich war Designer und Dozent René Fehrmann (35) vor der Gründung von switch:design bereits sieben Jahre als Corporate-, Editorial- und Packaging-Designer für Marken wie Nivea, Lufthansa und Wella bei Agenturen wie Peter-Schmidt-Studios, Landor und Frog-design unterwegs.

Knapp zwei Jahre nach der Gründung von switch:design profitieren heute bereits namhafte Marken wie Nivea, Odol med3, Sanostol und Vilsa von den Erfahrungen der beiden Gründer.