

Pressemitteilung

Düsseldorf, April 2012

Tchibo vertraut den Relaunch seiner Ursprungssorten Design for Business Markengestaltung an

Nach einem Design-Relaunch werden im Mai 2012 die **Ursprungssorten** des **Tchibo Privat Kaffee Sortiments** neu vorgestellt. African Blue, Brazil Mild, Guatemala Grande und Latin Bio heißen die Klassiker. Die kobaltblauen Kaffeepackungen zeichnen sich durch eine individuelle Wertigkeit und eine Reduktion auf die wichtigsten ikonografischen Elemente aus.

Aufgabe der mit dem Packungs-Relaunch beauftragten Düsseldorfer Agentur **Design for Business Markengestaltung** war es, in relevanten Branding-Strukturen die Kompetenz im Portfoliosegment Ursprungssorten des Privat Kaffees aufzuladen. Die Virtuosität und Leidenschaft der Hamburger Privatrösterei, für jede seiner thematischen Sub-Brands, sollte deutlich begreifbar werden.

Für **Philip Vocke**, Head of Coffee Marketing bei der **Tchibo GmbH**, war, neben dem grundsätzlichen Merkmal der 100% Arabica Bohnen, die schnelle Sortenerfassung und die individuelle, länderspezifische Aussage des Sortiments essentiell.

Die reiche Kaffeesprache der Tchibo Welt bot für Design for Business Agenturchef **Peter Maeschig** und CD **Marcel Howard** vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten. Die Lösung lag in der Konzentration auf die Vorzüge der wesentlichen Merkmale des Privat Kaffee Sortiments, den unverwechselbaren Key-Visuals der Ursprungssorten und des Tchibo-Looks. Die Herausforderung lag im genetischen Code von African Blue, Brazil Mild, Guatemala Grande und Latin Bio und der gesteigerten Attraktivität für eine anspruchsvolle Zielgruppe. *„Die Visualisierung eines hohen designkulturellen Anspruch der Ursprungssorten und eine thematische Orientierung mussten erzielt werden, ohne innerhalb des Privat Kaffee Segments abgehoben zu wirken. Dieses Beispiel zeigt einmal mehr, die Schnelligkeit von Botschaftsübertragungen muss nicht zwangsläufig zu einem ‚billigen‘ Erscheinungsbild führen,“* so Peter Maeschig.

Die Umsetzung des Privat Kaffee Sortiments erfolgte für die Packungsgrößen 500 g und 2 x 250 g.

Beste Bohne, Feine Milde, Sana und Herzhaft Mild, die bekannten Röstkaffee Klassiker, wurde bereits Ende 2011 einem Relaunch durch die Düsseldorfer Markengestalter unterzogen.

Design for Business betreut die Röstkaffee Sorten des Basis- und des Privat Kaffee Sortiments der Tchibo GmbH seit dem Jahr 2010.

Pressekontakt, weitere Informationen und druckfähiges Bildmaterial :

Hasso von Bülow, Design for Business Markengestaltung, Tel. 0211 99 142-72,
E-Mail: h.buelow@designforbusiness.de, www.designforbusiness.de

Link zur Presseseite:

www.designforbusiness.de/index.php/presse/

