

Von Bredenev ins Supermarkt-Regal

Die Agentur Design Ahead gestaltet Verpackungen für die Dinge des täglichen Lebens



Mitglieder des Teams von Design Ahead präsentieren ihr Firmenlogo: (v.l.) Claudia Bach, Patrick Bransmöller, Nicole Bremenfeld, Axel Voss, Thorsten Hoffmann, Lisa Heitkamp und Fatima Toure. Foto: Kerstin Kokoska

Elli Schulz

Bredenev. Süßigkeiten, Getränke, Tiefkühlkost, Körperpflege - die Verpackungen unserer Lieblingsprodukte sind uns vertraut. Schon beim Anblick assoziieren wir Geschmack oder Geruch des Inhalts. Schon möglich, dass für genau diese Verpackungen die Firma Design Ahead verantwortlich zeichnet, die sich auf die Gestaltung von Verpackungen spezialisiert hat. Vor 15 Jahren gründeten die Designer Axel Voss, Volker Feddeck und Theo Decker die Agentur, die erst in der Kettwiger Altstadt ansässig war und 2000 an die Ruschenstraße umzog. Im Haus selbst sind neun Mitarbeiter tätig. „Wir arbeiten aber auch mit freien Fotografen, Grafikern oder Illustratoren zusammen, so dass insgesamt 14 Leute für uns tätig sind“, erklärt Feddeck.

Zum 15-jährigen Bestehen ihrer Agentur laden die Designer alle, die Spaß daran haben, zu einer virtuellen Reise durch 15 Länder und deren - fiktive - Produktwelten ein. „Wir haben uns überlegt, wie es in dem jeweiligen Land aussieht, wie Mentalität, Sprache und Musik sind und wie man gängige Klischees in originelle Verpackungen umsetzen

kann“, schmunzelt Feddeck. Da kann es schon mal passieren, dass man beim Anklicken des Rumänien-Koffers auf Draculas Blutbeutel trifft. „Das ist halt unsere virtuelle Spielwiese, die den Betrachtern hoffentlich auch Freude macht“, ergänzt Axel Voss.

Normalerweise geht es den Designern eher darum, den Dingen des alltäglichen

Lebens ein Gesicht, einen Wiedererkennungswert zu geben. „Wir wollen Emotionen auslösen“, beschreibt Feddeck das Ziel. Die drei Grün-

»Im Hotel freut man sich, wenn man Seife mit eigenem Design entdeckt«

der der Agentur pflegen noch immer selbst den Kundenkontakt, sammeln Ideen, entwickeln Konzepte und setzen sie im Dialog mit dem Kunden um. Auch wenn Design heute am Computer entstehe, skizzierten sie ihre Ideen zuerst immer noch mit Block und Stift. „Der Computer bietet so viele Möglichkeiten, dass man schon mal den Blick fürs Wesentliche verlieren kann“, weiß Feddeck aus Erfahrung.

Verpackungen für viele tausend Produkte haben die

Designer schon gestaltet, darunter für bekannte Marken wie Duschdas und Stollwerck. Für Ferrero entwickelten die Bredenev eine Halloween-Produktreihe. Seit elf Jahren gestalten sie das Outfit der Metro-Hausmarke, die in 28 Ländern von Osteuropa bis Asien verbreitet ist. „Wir haben viele Verpackungen für den Hotel-, Bar- und Gastrobereich entworfen. Im Urlaub im Hotel freut man sich, wenn man Shampoo, Seife und Duschhaube mit dem eigenen Design entdeckt“, sagt Voss.

Während große Firmen gestalterische Neuerungen meist im Vorfeld durch Marktforscher testen ließen, entschieden Chefs kleinerer Unternehmen oft aus dem Bauch heraus. „Oft liegen sie mit dem Gefühl für ihre Marke richtig“, so Feddeck. Infos und der Jubiläumskoffer unter www.design-ahead.com

HINTERGRUND

Neues Logo für den Kölner Zoo

Das zweite Standbein ist das Corporate Design, mit dem sich ein Unternehmen präsentiert. Die Bredenev sorgen für ein einheitliches Bild bei Logos, Visitenkarten, Briefpapier, Broschüren, Kleidung oder Fahrzeugen. Manchmal geht es auch um das Erscheinungsbild von Institutionen,

wie dem traditionsreichen Kölner Zoo, der sich neu präsentieren wollte. Nach langen Diskussionen mit Zoodirektor, Politikern und Verwaltung entschied man sich für einen Elefanten mit Giraffe, Rhinoceros und Kölner Dom im Negativ - ein komplexes Logo, das viele Bezüge zur Stadt aufweist.