

Relaunch

Lust auf kreative Küche

von Bernd Eberle

Das Auge isst mit: Frisch, bunt, attraktiv – so präsentiert sich der Naturkost-Pionier Davert nach der strategischen Neuausrichtung und dem Relaunch des gesamten Marken- und Verpackungsauftritts. Das Ergebnis zeigt: Bio-Food ist endgültig raus aus der Öko-Nische und beim bewussten Genießer angekommen.

auf allen Packungen betont die guten und fairen Beziehungen zu sämtlichen Anbau-Partnern. Den aktuellen Kochtrend aufgreifend werden viele frische Ideen und Rezepte schon auf den Packungen vorgestellt und erschließen dem Kunden neue innovative Genusswelten.

Davert ist seit 30 Jahren Spezialist für eine große, vegetarische Vielfalt: Verschiedene Reissorten, Hülsenfrüchte, Getreideprodukte, Trockenfrüchte, Nüsse und Trendprodukte wie Quinoa und Chia bieten reichlich Auswahl. Ein breites Convenience-Sortiment aus Kochbeutelproduk-




Die neuen Verpackungen zeigen die ganze Welt der Davert-Genüsse.

Kräftige Farben geben jeder Produktlinie eine individuelle Note.



Herzstück des neuen Looks sind kräftige und edle Farben für jede Produktlinie: Hülsenfrüchte beispielsweise strahlen in sattem Rot, erlesene Reisprodukte elegant in Blau und die Convenience-Produkte leuchten in knalligem Pink. Das Logo steht groß und auffällig als Markenversprechen für Vielfalt und Qualität im Mittelpunkt, darum herum ein Arrangement aus Rohstoffen – ebenfalls für jede Produktlinie individuell abgestimmt. Die über 200 Packungen bilden einen starken Block im Regal und stellen die hochwertige Bio-Qualität in den Vordergrund.

Zentrales Element für die Kommunikation von Anzeigen, PoS-Displays, Salesfoldern über die Website bis hin zum Messestand ist ein Fond aus dunklem Seidenpapier mit integrierter Weltkarte, der die neue Farbigkeit hervorhebt und gestalterisch die internationale Handels- und Einkaufskompetenz des Unternehmens unterstreicht. Der einzigartige und farbstarke Auftritt grenzt Davert nun deutlich von der Konkurrenz ab. Inhaltlich liegt der Fokus auf kreativer Küche mit Vielfalt aus aller Welt: Eine Herkunftsgarantie

ten, Suppen, Pfannen- und Soja-Gerichten rundet das Angebot ab. Alle Produkte sind aus garantiert biologischem Anbau und im Naturkosthandel erhältlich. 



Bernd Eberle
Eberle Werbeagentur
Schwäbisch Gmünd
www.eberle-werbeagentur.de

Summary

Fresh, colourful and appealing – that's how the organic food pioneer Davert presents itself after its strategic rebranding and launch of its new packaging. The company assigned the advertising agency Eberle for this purpose. The results show: organic food has finally arrived at the conscientious gourmets.