

Bahlsen GmbH & Co. KG - Podbielskistraße 11 - 30163 Hannover

Sebastian Biedermann
Manager Group Communications

T +49 (0)511 960 2370
M +49 (0)160 5185693

sebastian.biedermann@bahlsen.com
www.thebahlsenfamily.com

Pressemitteilung
Mittwoch, 31.03.2021

BAHLESEN präsentiert neue ikonische Markenidentität und beauftragt AUGE Design mit dem strategischen Rebranding der Marken LEIBNIZ und PiCK UP!

Phil Rumbol (CEO): „Wir freuen uns, AUGE nach ihrer hervorragenden Arbeit an der Marke BAHLESEN auch mit der Überarbeitung unserer Marken LEIBNIZ und PiCK UP! zu beauftragen. In den letzten Jahren haben viele Designagenturen unser Archiv durchforstet und wesentliche Elemente wie den Bahlsen-Schriftzug und das TET-Logo betrachtet, aber AUGE hat diese Elemente auf brillante Art und Weise zu einem Designkonzept zusammengeführt, das ausgewogen und ebenso mutig wie klassisch ist.“

The Bahlsen Family
Group Communications

Podbielskistraße 11
30163 Hannover
Deutschland

Nach über einem Jahr Planung und Arbeit ist das Ergebnis der Zusammenarbeit von Bahlsen und AUGE Design nun weltweit zu sehen.

Die Zusammenarbeit begann im letzten Jahr nach einem internationalen Pitch. Zunächst wurde auf strategischer Ebene daran gearbeitet, die Marke zu verstehen, ihre neue Rolle und die ihrer Produkte zu definieren sowie eine langfristige Zukunftsvision zu entwickeln.

Auf die strategische Arbeit folgte ein wichtiges Marken-Redesign, für das AUGE tief in Bahlsens Markenwelt eingetaucht ist. Der erste Schritt war die Neugestaltung des Logos. AUGE entstaubte das Blau und ergänzte eine dezente, aber signifikante Veränderung. So bekommt das Logo Aktualität und Relevanz und behält gleichzeitig seine ikonische Identität.

Schließlich arbeitete AUGE Design an der Entwicklung des Verpackungssystems. Mehr als 80 verschiedene Artikel wurden in vier Bereiche unterteilt, die das gesamte Angebot von Bahlsen abdecken: ein schönes und eindrucksvolles Ergebnis im Regal!

Sämtliche Designelemente, von Schriften über Farben bis hin zu Veredelungen und Materialien, wurden mit dem erklärten Ziel ausgewählt, den Geist der deutschen Handwerkskunst zu bewahren, die Schönheit des Gebäcks zu feiern und Premiumcharakter sowie Unverwechselbarkeit zu erreichen.

Davide Mosconi (AUGE Design Executive Creative Director): „Wir hatten zwei wichtige Ziele: dem traditionsreichen Erbe treu zu bleiben und gleichzeitig ein FMCG-Produkt glamourös und innovativ im Regal zu präsentieren.“

Im Rahmen der Überarbeitung der Marke wurden deren Wurzeln gezielt bewahrt und Kernelemente wie das TET-Zeichen - das „immerwährende Frische und Qualität“ bedeutet - zu neuem Leben erweckt.

Aufgrund der erfolgreichen Zusammenarbeit hat Bahlsen jetzt beschlossen, AUGE Design auch mit dem strategischen Rebranding der anderen Marken des Unternehmens, LEIBNIZ und PiCK UP!, zu beauftragen.

Miriam Frescura (Design Director bei AUGE Design): "Eine Ikone zu sein bedeutet, auf den ersten Blick erkennbar zu sein, stark und unverwechselbar, etwas, das nicht kopiert werden kann, sondern ein Beispiel für Mut ist. Wir haben uns entschieden, das wichtigste Element, den blauen Bahlsen-Schriftzug, hervorzuheben, ihn auf der Verpackung förmlich explodieren zu lassen und mit einem Hintergrundsystem aus verschiedenen Farben zu kombinieren, je nach Geschmacksrichtung. Die Abbildung der Produkte musste genauso ikonisch sein wie die Logo-Signatur. Das Bahlsen-Gebäck ist wie ein Kunstwerk, das Ergebnis ausgefeilter handwerklicher Arbeit. Aus diesem Grund haben wir es mittig auf dem Schriftzug platziert. Rund um die Verpackung verläuft eine 360-Grad-Vision des Gebäcks - auf den Packungsseiten und auf der Rückseite in Kombination mit akribisch formulierten Beschreibungen und Geschichten zum Produkt."

Federica Ariagno (Gründerin AUGE Design): "Strategisch gesehen ist dies eine unserer wichtigsten Arbeiten des vergangenen Jahres. Aber mehr noch als das großartige Ergebnis war es die totale Übereinstimmung mit dem Kunden, die den Unterschied gemacht hat. Wir haben die Bedürfnisse und Wünsche von Bahlsen sofort verstanden und wir teilen die gleiche Vision. Es hat großen Spaß gemacht die Zukunft der Marke mitzugestalten. Stück für Stück, einen Keks nach dem anderen."

Über The Bahlsen Family

Bahlsen ist ein modernes deutsches Familienunternehmen. Die Wurzeln des Unternehmens reichen bis ins Jahr 1889 zurück, als Hermann Bahlsen die "Hannoversche Cakes-Fabrik H. Bahlsen" gründete und zehn Mitarbeiter beschäftigte. Geführt von der vierten Generation ist The Bahlsen Family heute europaweit Marktführer im Segment Süßgebäck. Trends zu erkennen und sie in Innovationen für die Verbraucher umzusetzen, ist seit über 130 Jahren unsere Stärke.