eismann

Brand Manual

VERPACKUNGEN

Stand: 2008

INHALTSVERZEICHNIS

01 - Einleitung

eismann Standard Verpackungen

02 - eismann Logo
03 - Schriften
04 - Gestaltungselement Wave
05 - Farbgestaltung
06 - Zubereitungs-Piktogramme
07 - Nährwerttabelle
08 - Teaser
09 - Artikelnummern-Feld
10 - Fotoauffassung
11 - Verpackungsfacing
12 - Verpackungs-Aufriss
- Kartonage
- Beutel
- Aktions-Etikett
- Umkarton-Etikett

eismann Coolinaria Verpackungen

13 - Coolinaria Logo
14 - Schriften
15 - Gestatlungselemente – C und Welle
16 - Zubereitungs-Piktogramme
17 - Fotoauffassung
18 - Verpackungsfacing
19 - Verpackungs-Aufriss
- Kartonage
- Beutel
- Etikett

20 - Kontakt

01 EINLEITUNG

Vor über 30 Jahren gestartet, ist die Marke eismann heute als Premiumanbieter im Wachstumsmarkt „Tiefkühl-Heimservice“ fest etabliert. Wir beliefern 2,5 Mio. Haushalte in ganz Europa mit hochwertigen Tiefkühlkost-Produkten.
Und gewinnen täglich zahlreiche Neukunden hinzu.

Genauso erfolgreich und modern, wie wir unser Geschäft betreiben, gestalten wir unsere Unternehmenskommunikation - nach innen und außen. Mit dem Ziel, dass bei Kunden, der Öffentlichkeit und unseren Mitarbeitern ein einheitliches Erscheinungsbild von der Marke eismann entsteht.

Dieses Erscheinungsbild haben wir einer kleinen Frischzellenkur unterzogen:
In erster Linie wurde das Logo verjüngt (mehr dazu später) und das Verpackungsdesign zeitgemäßer gestaltet. Zusätzlich ist es sowohl unter verkaufsfördernden als auch rechtlichen Aspekten optimiert worden.

Die europaweite Anpassung an das neue Design wird durch die Einhaltung der in diesem Brand Manual zusammengefassten Richtlinien Schritt für Schritt gewährleistet. Sie bilden die Grundlagen für die Gestaltung sämtlicher Verpackungen. Und führen so zu einem prägnanten, durchgehend konsistenten und einzigartigem Erscheinungsbild im Wettbewerb.

Wie es sich für ein einzigartiges Unternehmen einfach gehört.

eismann

02 EISMANN LOGO FARBIG

Wie schon erwähnt, haben wir das altbewährte eismann-Logo verjüngt.
Der Prägnanz und Modernität zuliebe erhielt der Schriftzug durch Licht- und Schattengebung einen markant-frischen 3D-Effekt. Und aus dem etwas statisch anmutenden geraden Unterstrich wurde ein schwungvolles Gestaltungselement, das die Dynamik und den Elan unseres Unternehmens visuell hervorhebt.

Gerastertes Standard-Logo, das grundsätzlich eingesetzt wird. Es ist in CMYK angelegt und hat einen 3D-Effekt.

Vektorisierte Variante des 3D-Standard-Logos, aufgebaut aus vier Sonderfarben z. B. für Werbemittel wie Fahnen etc.

Farbe	Rot	Rot Tiefen	Grün	Grün Tiefen
Pantone	1797 C	188 C	1797 C	350 C
CMYK	00-100-100-15	00-97-100-50	00-100-100-15	79-00-100-75

Vektorisierte Variante des Standardlogos ohne 3D-Effekt für Ausnahmefälle, in denen nur ein Zweifarbdruck möglich ist.

Farbe	Rot	Grün
Pantone	1797 C	348 C
CMYK	00-100-100-15	100-00-100-00

02 EISMANN LOGO SCHWARZ-WEISS

Falls eine farbige Umsetzung des eismann Logos nicht möglich ist, wie zum Beispiel bei einem Faxformular, wird das Logo wie folgt dargestellt:

Gerasterte s/w-Variante des Standard-Logos mit 3D-Effekt

Vektorisierte, einfarbige s/w-Variante des Standard-Logos ohne 3D-Effekt in 100 % schwarz - auch für den Einsatz von Gravuren, Stempeln etc

03 SCHRIFTEN

Die Hausschrift der Firma eismann ist die Schrift Frutiger. Für die Produktbezeichnung, die eismann-Adresszeile und die Zubereitungszeit verwenden wir zusätzlich die Schrift Meta.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890$%&(.,;:“”“!?)

Frutiger Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890$%&(.,;:“”“!?)

Frutiger Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890$%&(.,;:“”“!?)

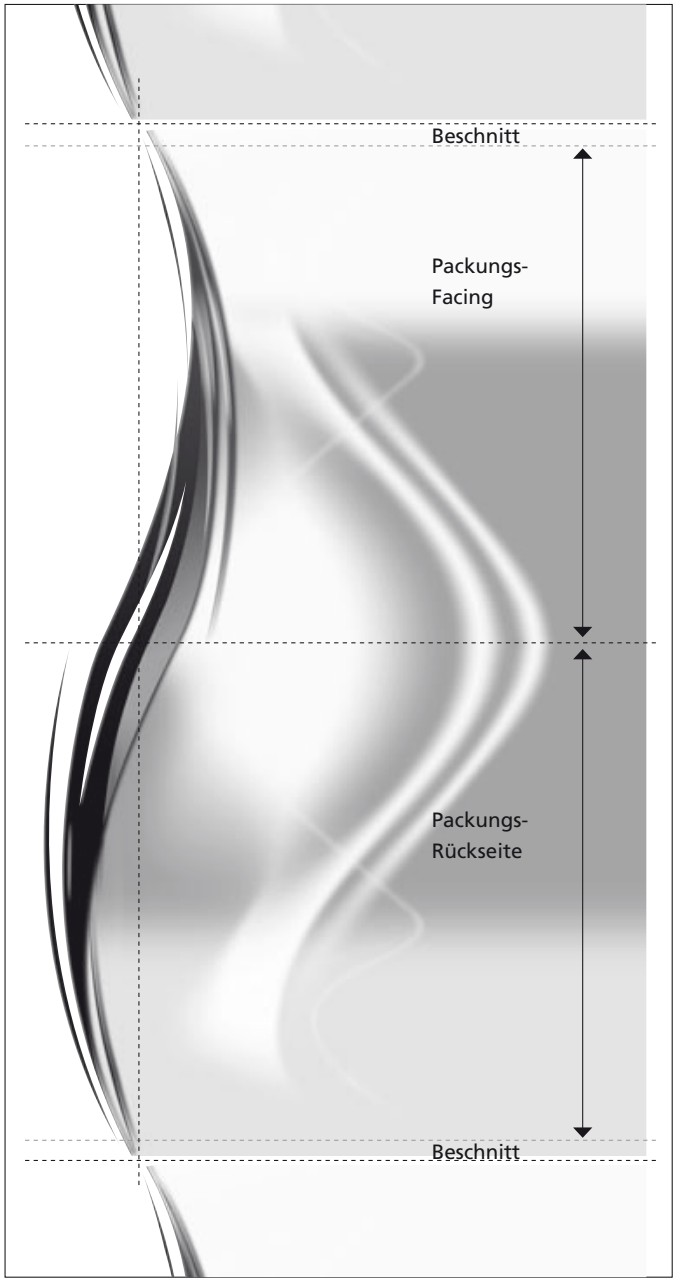
Meta Normal

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890$%&(.,;:“”“!?)

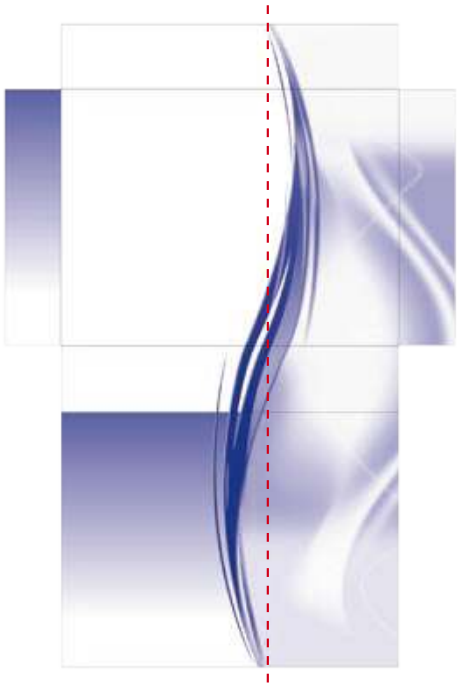
Meta Bold

04 WAVE

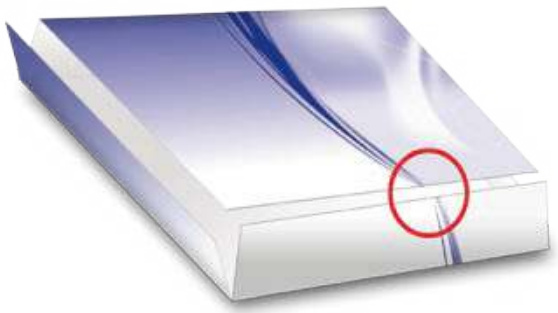
Neuer und fester Bestandteil auf allen eismann-Verpackungen: die „Wave“. Dieses eigenständige und schwungvolle Gestaltungselement mit integriertem Fond wurde so konzipiert, dass die erste Hälfte das Packungsfacings und die zweite Hälfte die Packungsrückseite umschließt. Dadurch wirkt sie wie ein Band, das für einen optisch harmonischen Übergang von allen Seiten sorgt.
Auf der Wave werden von oben das eismann Logo, der Produktname in sechs Sprachen und die Artikelnummer des jeweiligen Produktes platziert.
Zusätzlich ragt der 3D-Anteil des Packshots in die Wave hinein, ebenso wie der Teaser.



Beispiel an Packung:
Anfangs- und Endpunkt…



…berühren sich, da sie
auf dem gleichen y-Wert liegen



05 FARBGESTALTUNG

Um unsere zahlreichen Produktsorten besser und schneller voneinander unterscheiden zu können, wurde die Farbgebung aller eismann-Verpackungen überarbeitet: Mit Einführung dieses Brand Manuals leitet sie sich einfach aus der Basisfarbe des Packshots bzw. der Produktabbildung ab. Selbstverständlich darf innerhalb einer Produktsorte jeder Farbton bzw. jede ihrer Nuancen nur einmal vorkommen. Die dazu korrespondierende Wave wird mit 100% dieser Farbe entsprechend eingefärbt.

06 ZUBEREITUNGS-PIKTOGRAMME

Die Zubereitungs-Piktogramme werden mit der Produktfarbe des jeweiligen eismann-Artikels versehen. Ihr 3D-Charakter verleiht ihnen Modernität und fügt sich so optimal in das neue eismann Packaging ein. Diese Icons werden mit dem in sechs Sprachen ausgeführten Zusatz „Serviervorschlag“ in der linken unteren Ecke des Packungsfacings platziert. Und mit der dazugehörigen Zubereitungszeit versehen. So dass unsere Kunden auf einen Blick Verarbeitungsart und -dauer erfassen können.

Für Mikrowelle empfohlen

Beispiel 1: heller Fond

Beispiel 2: dunkler Fond

Mit Wasser abspülen

Auftauen bei Raumtemperatur

Erhitzen, Kochen, Garen

Frittierfertig vorbereitet

Wasserbad

Grillen

Brat- oder Pfannengericht

Toaster

Ofenfertig vorbereitet

07 NÄHRWERTTABELLE

Die Abbildung von Nährwerttabellen ist gesetzlich vorgeschrieben. Sie werden auf die Rückseite der eismann-Verpackungen platziert. Genau wie die säulenartig anmutende Darstellung* der wichtigsten Inhaltsstoffe. Bei einem Produktmix - wie zum Beispiel bei Brötchenmischungen – müssen die Nährwerttabellen von jeder einzelnen Brötchensorte auf der Rückseite abgebildet werden.

Durchschnittliche Nährwerte/ Nutritional values on average/ Valeurs nutritionnelles en moyenne/Gemiddelde voedingswaarde/ Valori nutrizionali medi referiti/Valores nutritivos en promedio:	Pro/ per/ pour/ por 100 g	Pro Portion/ per portion/ pour portion/ per portie/ per porzione/ por porción 39 g
(1) Brennwert/energy value/valeur énergétique/energetische waarde/ valore energetico/valor energético:	1331 kJ 319 kcal	522 kJ 125 kcal
Eiweiß/protein/protéines/eiwitten/proteine/proteinas	6,1 g	2,4 g
Kohlenhydrate/carbohydrate/glucides/koolhydraten/carboidrati/hidratos de carbono	28,9 g	11,3 g
davon/of which/dont/waarvan/di cui/de los cuales		
(2) – Zucker/sugar/sucre/suiker/zuccheri/azúcar	24,9 g	9,7 g
(3) Fett/fat/lipides/vetten/grassi/grasas	19,9 g	7,8 g
davon/of which/dont/waarvan/di cui/de las cuales		
(4) – gesättigte Fettsäuren/saturates/saturés/verzadigde vetzuren/saturi/saturadas	10,8 g	4,2 g
Ballaststoffe/fibre/fibres alimentaires/voedingsvezels/fibre alimentari/fibra alimentaria	4,9 g	1,9 g
(5) Natrium/sodium/sodio	0,119 g	0,046 g

Pro Portion/per portion/pour portion/per portie/per porzione/por porción = 39 g

* GDA (Guideline Daily Amount) = Empfehlung zum täglichen Nährstoffbedarf eines durchschnittlichen Erwachsenen (2000 kcal). Der Nährstoffbedarf richtet sich nach Alter, Geschlecht, körperlicher Aktivität. Die Nährwerte der Produkte unterliegen natürlichen Schwankungen.
* GDA (Guideline Daily Amount) = Recommended daily nutritional requirements per adult (2000 kcal). The nutritional guide amount is based on requirements for an average person in terms of age, sex and level of physical activity. The nutritional value of the product to deliver natural variation.
* GDA (Guideline Daily Amount) = Besoins nutritionnels journaliers recommandés (2000 kcal). L'apport nutritionnel est exprimé selon les besoins d'une personne moyenne en tenant compte de l'âge, du sexe et du niveau d'activité physique.
* GDA (Guideline Daily Amount) = Aanbevolen dagelijkse voedingsstoffen voor een doorsnee volwassene (2000 kcal). De voedingsstoffen zijn afhankelijk van leeftijd, geslacht en lichamelijke activiteit. De voedingswaarde van een product is onderhevig aan natuurlijke schommelingen.
* GDA (Guideline Daily Amount) = QGI (Quantità Giornaliera Indicativa) = valore consigliato per il fabbisogno giornaliero di sostanze nutritive di un adulto medio (2000 kcal). Il fabbisogno dipende da età, sesso e attività fisica. I valori nutrizionali dei prodotti subiscono oscillazioni naturali.
* GDA (Guideline Daily Amount) = CDO (Cantidad diaria orientativa) = Recomendación sobre necesidades nutricionales diarias para un adulto medio (2000 kcal). Las necesidades nutricionales diarias pueden variar en función de la edad, sexo, actividad física. Los valores nutritivos del producto están sujetos a variaciones naturales.

*alt.: ...die säulenartigen „Tönnchen“ mit Bezeichnung der wichtigsten Inhaltsstoffe. ...

KALORIENSYMBOL

Das – analog der Nährwerttabelle orangefarbene – Kaloriensymbol wird immer zu dem Zubereitungs-Icon auf das Packungsfacing platziert. Es beinhaltet die Anzahl der Kilokalorien in Bezug auf eine bestimmte Menge des Produktes.
Bei einem Produktmix muss die Spanne vom kalorienärmsten bis zum kalorienreichsten Produkt abgebildet werden.

eismann

08 TEASER

Um das Packungsdesign noch appetitlicher zu gestalten, erhält jede Verpackung auf der Frontseite einen so genannten „Teaser“, der auf die Besonderheit des einzelnen Produktes hinweist und mit einem Schlagschatten versehen ist. Entweder visualisiert er den Hauptbestandteil des Produktes oder eine spezielle Zutat wie z. B. eine Kirsche beim Schwarzwald-Hörnchen. Aber Achtung: Es dürfen nur Zutaten abgebildet werden, die prozentual in der Zutatenliste erfasst sind.

Eine weitere Möglichkeit, wie man Teaser gestalten kann, besteht darin, eine „verbesserte“ Produktabbildung zu zeigen. Wie zum Beispiel bei einem Beutel tief gefrorener Erbsen, bei dem zur Verdeutlichung der Erntefrische eine offene bzw. geschlossene Erbsenschote als Teaser dient.

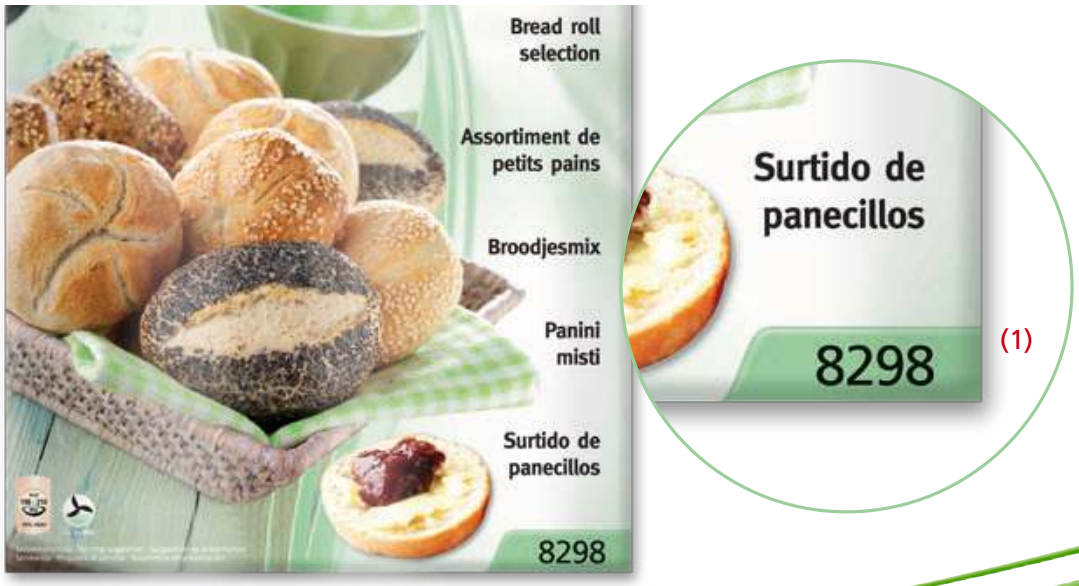
Sollte auf einer Seite der Verpackung kein Text stehen, darf der Teaser auch dort platziert werden.

09 ARTIKELNUMMERN-FELD

Das leicht pfannenförmig, dreidimensional anmutende Artikelnummer-Feld (1) wird in der Produkt-Basisfarbe gedruckt. Und mit der breiten Seite auf die Frontseite der Verpackung platziert. Es steht auf der Front mit der breiten Seite nach unten. Auf den Kartonseiten ist das Feld um 180 Grad gedreht (2).
Grundsätzlich erscheint die Artikelnummer im Artikelnummern-Feld in weiß. Sollte das Feld aufgrund der Produkt-Basisfarbe zu hell sein, darf die Artikelnummer schwarz gedruckt werden (1).

(1)

(2)



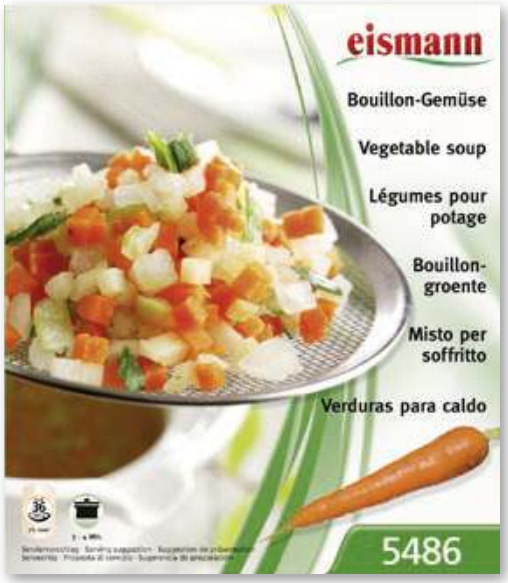
10 FOTOAUFFASSUNG

Die Fotoauffassung bzw. Bildsprache erfüllt modernste Ansprüche und entspricht dem aktuellen Zeitgeist. Der Fokus liegt eindeutig auf der farbenfrohen und appetitlichen Abbildung des Produktes. Sie soll in erster Linie die Frische und die Qualität und damit auch den guten Geschmack des jeweiligen Produktes visuell kommunizieren. Präsenter, wie zum Beispiel Teller oder Platten werden möglichst neutral und ohne aufwändige Dekoration abgebildet. Beiliegende Accessoires wie zum Beispiel Gläser werden unauffällig inszeniert. Sie gehören natürlich dazu, sollen aber möglichst wenig vom eismann-Produkt ablenken.

eismann

11 VERPACKUNGSFACING

Die Wave unterteilt das Packungsfacing in einen 2/3-Bild- und einen 1/3 Wave-Anteil. Die Produktabbildung ragt vom Bildanteil leicht in die Wave hinein und erhält, genau wie der Teaser, einen Schlagschatten.
Leider lassen nicht alle Produktabbildungen diesen Gestaltungseffekt zu. In diesem Fall wird der 3D-Effekt lediglich durch den Einsatz des Teasers erzeugt.
Bei extrem hochformatigen Produkten darf die Wave zugunsten des Produkttextes verbreitert werden.



eismann

12 VERPACKUNGSAUFRISS KARTONAGE

12 VERPACKUNGSAUFRISS BEUTEL

12 VERPACKUNGSAUFRISS AKTIONS-ETIKETT

Aktionsprodukte erhalten ein 4-farbiges Etikett in drei Sprachen.

12 VERPACKUNGSAUFRISS UMKARTON-ETIKETT

Umkartons erhalten ein 1-farbiges Etikett in sechs Sprachen.

13 EISMANN COOLINARIA

eismann-Premiumprodukte werden unter der Marke Coolinaria geführt. Hierbei handelt es sich um international renommierte Gerichte, die durch ihre hochwertige Qualität und raffinierte Zubereitung anspruchsvolle Gourmets überzeugen. Genauso hochwertig und geschmackvoll wie unsere Coolinaria-Produkte sind, mutet auch das umgestaltete Logo sowie das überarbeitete Verpackungsdesign an.

LOGO

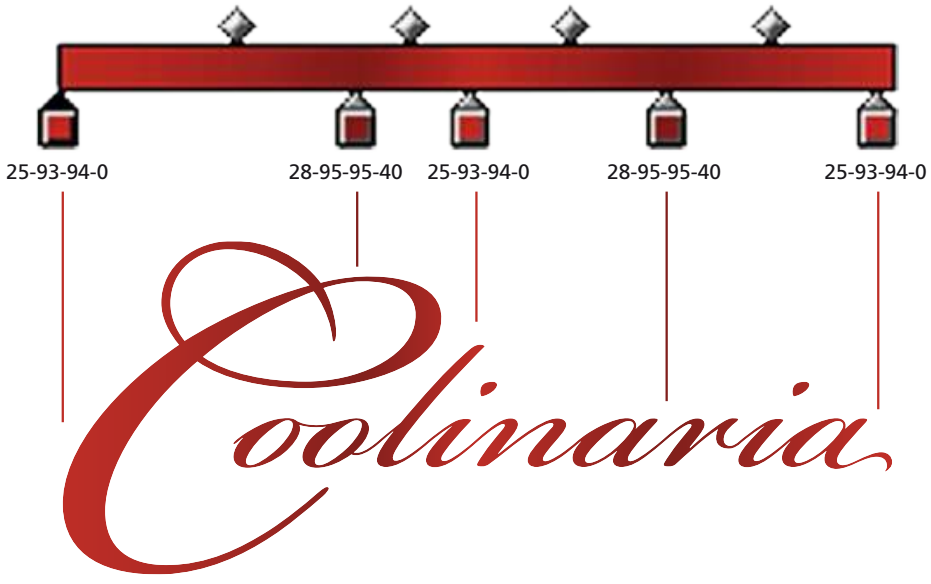
Wettbewerbsrechtliche Gründe veranlassten uns, die Schreibweise zu verändern: Aus „Culinaria“ wurde „Coolinaria“. Was nichts schadet, denn diese Schreibweise ist noch treffender als die alte - schließlich handelt es sich um Tiefkühlkost. Im gleichen Atemzug haben wir den Schriftzug überarbeitet: Er ist nun wesentlich eleganter und besser lesbar.

Die drei Kochmützen wurden durch drei Sterne ersetzt, welche als gelerntes Motiv dem Verbraucher auf einen Blick die hohe Qualität unserer Coolinaria-Produkte signalisieren. Auch die gold-rote Farbgebung und das auf die nötigsten Bestandteile reduzierte Verpackungsdesign untermalen die Eleganz und Hochwertigkeit dieser Produktlinie.

13 EISMANN COOLINARIA LOGO

LOGO-ENTWICKLUNG

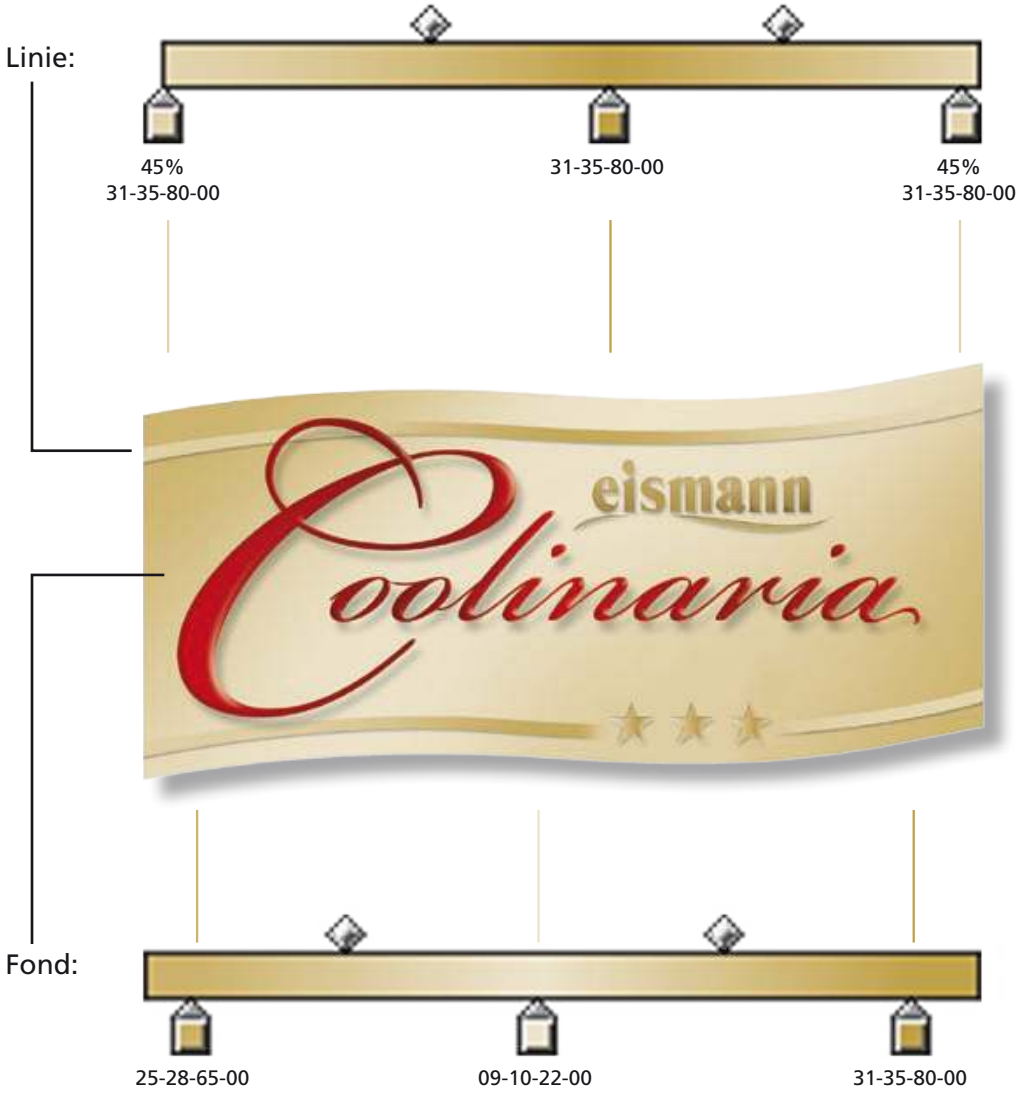
Der Grundverlauf des Logos stellt sich wie folgt zusammen:



Um den Eindruck des 3D-Charakters zu erzeugen, erhält das Logo einen Schlagschatten mit 32% multiplizierendem schwarz und eine abgeflachte Kante mit Relief, die in der Tiefe mit 75% schwarz multipliziert, bzw. im Licht mit 75% weiss negativ multipliziert. Das Logo ist in CMYK angelegt.

13 EISMANN COOLINARIA LOGO PLAKETTE

Der Schriftzug steht auf einer Plakette mit Gold-Charakter, der durch einen auf -55% gewinkelten, linearen Verlauf inszeniert ist.



14 COOLINARIA SCHRIFTEN

Die Hausschrift der Marke Coolinaria ist die Schrift Frutiger. Lediglich für die Artikelbezeichnung auf dem Packungsfacing benutzen wir zusätzlich die Times New Roman PS.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890$%&(.,;:“”“!?)

Frutiger Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890$%&(.,;:“”“!?)

Frutiger Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890$%&(.,;:“”“!?)

Times New Roman PS Roman

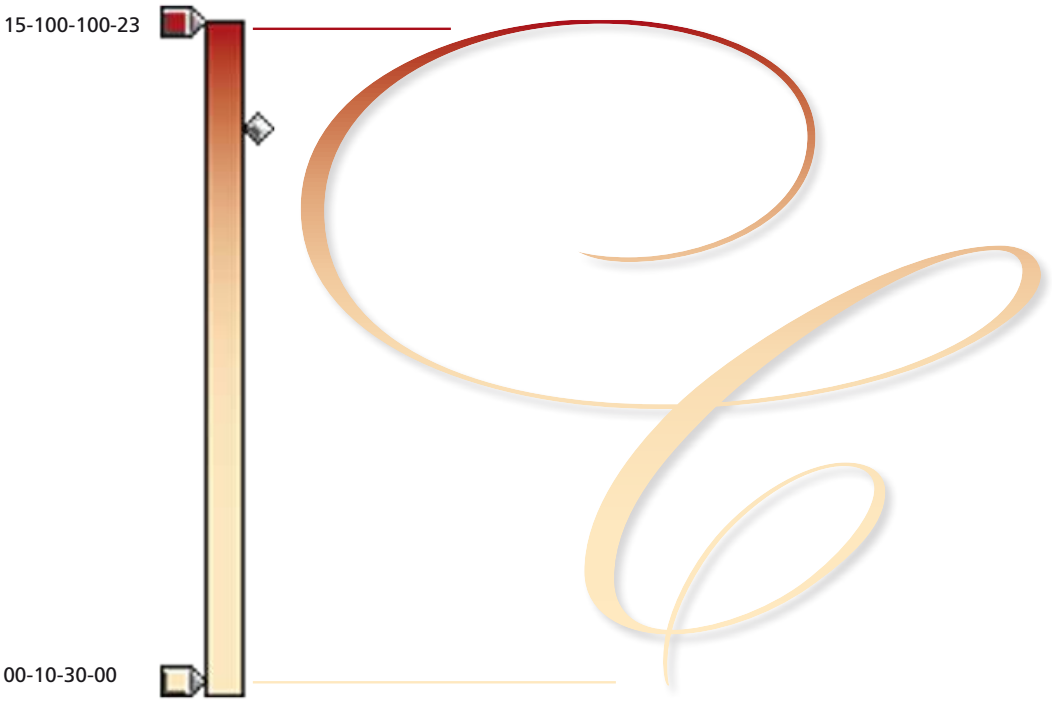
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzäöü
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890$%&(.,;:“”“!?)

Times New Roman PS Bold

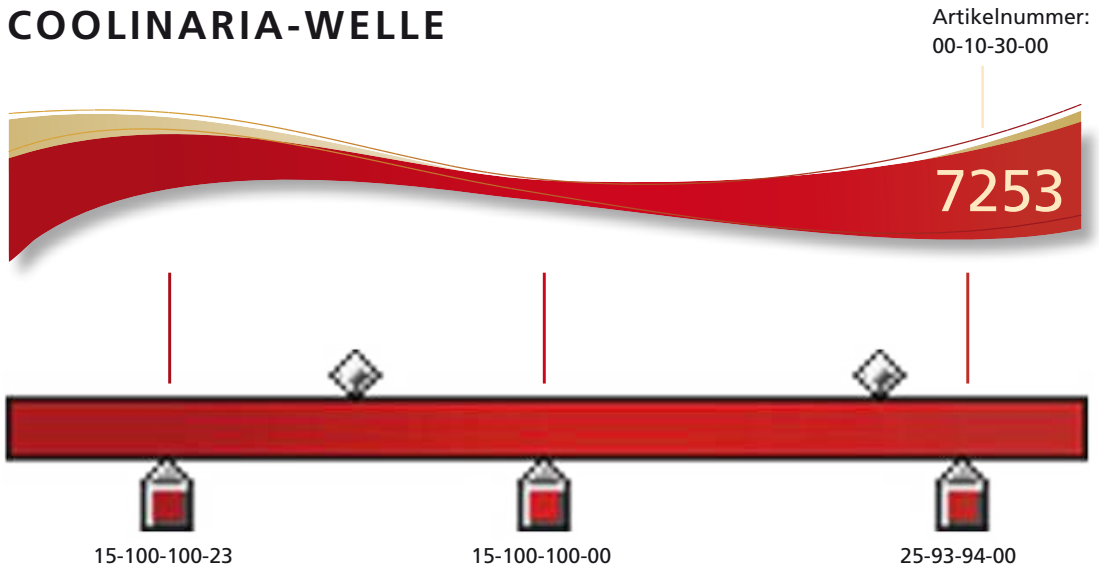
15 GESTALTUNGSELEMENTE – C UND WELLE

Basis des Verpackungsdesigns für unsere Coolinaria-Produkte sind das ästhetisch geschwungene Coolinaria-C sowie die Coolinaria-Welle mit einem dezenten Schlagschatten. Sie sind Standard auf jeder Coolinaria-Verpackung.
Der Einsatz der Nährwerttabelle ist gleich der eismann Standard-Verpackung.

COOLINARIA-C



COOLINARIA-WELLE



16 ZUBEREITUNGS-PIKTOGRAMME

Die Zubereitungs-Piktogramme passen sich farblich optimal in die hochwertige Farbwelt Coolinarias ein. Sie werden ohne textliche Erläuterung zu der Zubereitungsempfehlung gesetzt, die sich auf der Kartonseite befindet.

Mit Wasser abspülen

Ofenfertig vorbereitet

Auftauen bei Raumtemperatur

Brat- oder Pfannengericht

Frittierfertig vorbereitet

Toaster

Grillen

Erhitzen, Kochen, Garen

Für Mikrowelle empfohlen

Wasserbad

17 COOLINARIA FOTOAUFFASSUNG

Anspruch, Ästhetik und Hochwertigkeit der Coolinaria-Produkte werden allein schon durch die Produktabbildung kommuniziert. Die Qualität und das Design der abgebildeten Präsenter bzw. des Porzellans untermalen diesen Eindruck glaubwürdig. Die Produkte werden für die Kataloge mit Umfeld als Composing fotografiert. Für die Verpackungen wird die angerichtete Speise freigestellt.

18 VERPACKUNGSFACING

Der reduzierte Aufbau des Coolinaria-Packungsfacings unterstreicht die Hochwertigkeit der gesamten Produktlinie.
Das Logo steht auf allen Verpackungen oben rechts. Die freigestellte Abbildung hebt das Produkt auf prominente Weise hervor. Das großformatige Coolinaria-C verleiht der Optik die gewünschte Eleganz. Neben der Produktabbildung befindet sich die in sechs Sprachen ausgeführte Artikelbezeichnung.
Die am unteren Rand platzierte Coolinaria-Welle, auf die rechts die Artikelnummer aufgedruckt ist, verleiht dem Packungsfacing einen schwungvoll gestalteten Halt. Unterhalb der roten Welle steht in sechs Sprachen der Zusatz „Serviervorschlag“. Produktabbildung, Coolinaria-Welle und das Coolinaria-C erhalten einen leichten Schlagschatten.

19 VERPACKUNGSAUFRISS KARTONAGE

Farbe Hintergrund (Gelbton): 00-05-25-00

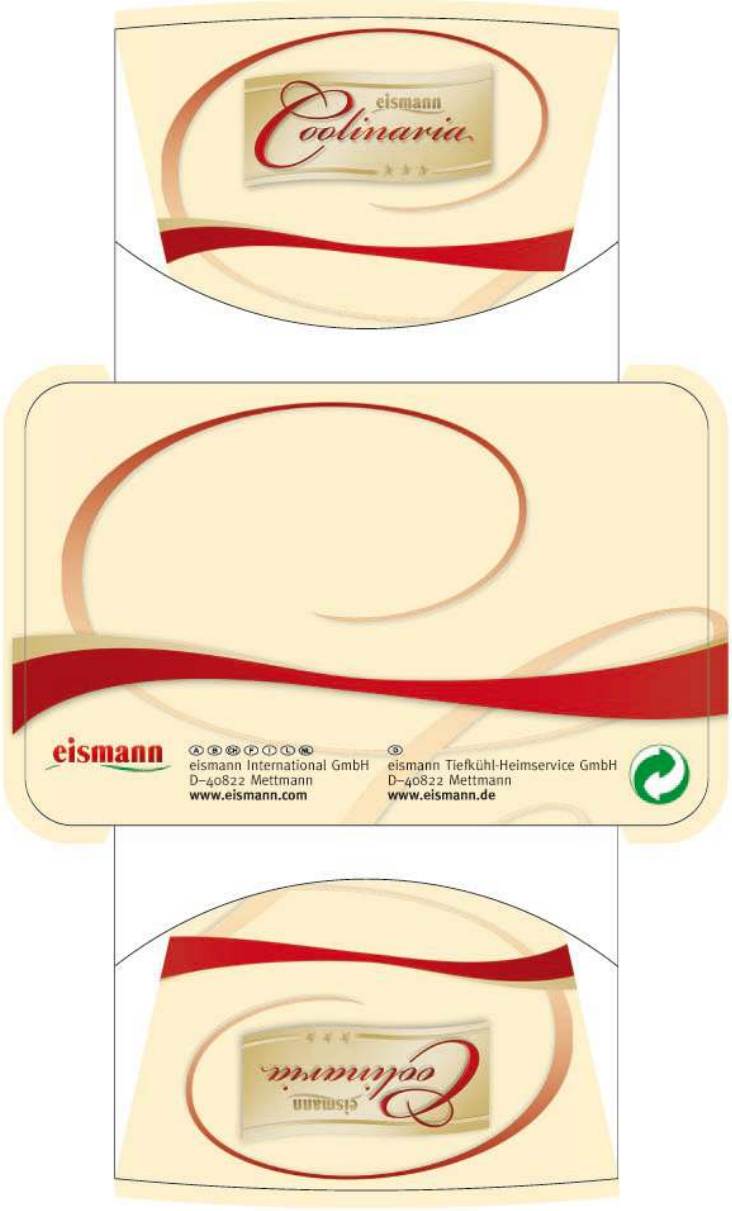
19 VERPACKUNGSAUFRISS BEUTEL

19 VERPACKUNGSAUFRISS ETIKETT

19 VERPACKUNGSAUFRISS ETIKETT

produkt-
spezifische
Deckel-
gestaltung

produktneutrale
Bodengestaltung



20 KONTAKT

eismann Tiefkühl-Heimservice GmbH
Seibelstraße 36 · D-40822 Mettmann
Kontakt: Frau Alexandra Dörner
Email: Alexandra.Doerner@eismann.de
Tel.: +49 (0) 2104 / 219 - 540
Fax: +49 (0) 2104 / 219 - 830
www.eismann.de

eismann