

Markenrelaunch für Kelly's Snacks

Kelly's hat gemeinsam mit der Agentur Mark & Mark ihren Auftritt im Snackregal erneuert.

WIEN. Ziel war eine „deutliche Modernisierung und Verjüngung“ der Marke Kelly's, heißt es über den Relaunch des Snack-Anbieters.

Umgesetzt wurde dieser in Partnerschaft mit der Werbeagentur Mark & Mark, mit dem Kelly's bzw. Soletti seit Jahren in Partnerschaft gut zusammenarbeitet.

Alle innovativen Design-Schritte des Relaunches wurden durch Marktforschung begleitet und so gestützt. Obwohl eine Modernisierung angestrebt wurde, sei auch ein wichtiger

Anspruch gewesen, bei der „breiten und treuen Fangemeinde“ keine „kognitiven Dissonanzen“ zu erzeugen.

Zeitgemäße Erneuerungen

„Die Dynamisierung und Aktualisierung der ursprünglich von uns entwickelten und sehr charakteristischen Kelly's Brand ist ein sehr wichtiger Schritt in Richtung Markenpräsenz“, erklärt John Mark, CEO von Mark & Mark.

Weiters wollte man durch einen Rot-weiß-rot-Effekt im Markenfeld den Österreich-Be-



© Mark & Mark

zug unterstreichen und „die Heritage der Brand untermauern“, so Mark.

Als Creative Director fungierte Ursula Mark, für die das Credo bei dem Relaunch „Weniger ist mehr“ lautete. Jedes einzelne Design-Element sei auf seine zeitgemäße Relevanz und Wirkung überprüft und optimiert worden.

Neuer Auftritt

Eine „signifikante Verstärkung der Regalkraft“ soll durch die Optimierung aller Design-elemente bei Kelly's erreicht werden.

Die Arbeit wurde auch im Handel gut angenommen, wie Petra Trimmel, Marketing Director von Kelly's, sagt – die erste Resonanz sei großartig, so Trimmel.

Entscheidend für Zustimmung und Lob aus dem Handel seien tiefes Marken- und Marktverständnis und kreatives Finger-spitzengefühl in der Umsetzung, ergänzt Petra Trimmel. (red)

Der crossmediale Vermarkter für Österreich.

Gemeinsam für Nachhaltigkeit? Passt.

Bei uns steht Nachhaltigkeit am Programm.

22.-28. März

Themenwoche „Gesundheit“ bei IP Österreich

Jetzt buchen!



ZUM GOLDENEN HIRSCHEN