



© Thomas Jantzen

„Perfektes Geschenk für Idealisten oder anlässlich von Jubiläen“: Evelyn Junghanns über ihre Monogramme.

Initialzündung

Grafikdesignerin Evelyn Junghanns entwickelte im Lockdown mit „Initials Design“ eine neue Geschäftsidee.

GAADEN. Eine alte Tradition mit Stil wiederbeleben und das außergewöhnliche Resultat sich selbst und anderen schenken: Das war der Leitgedanke, der die niederösterreichische Designerin Evelyn Junghanns bei der Gründung ihres Labels „Initials Design“ begleitete.

Die Konzeptidee: Interessen verraten Junghanns – neben ihren Initialen – etwas über ihre

Interessen und ihre Persönlichkeit, anhand derer die Designerin ein Monogramm entwirft. „Dabei geht es vorrangig darum, die Initialen in einer ästhetischen Form individuell und unverwechselbar miteinander zu verbinden und daraus eine sehr eigenständige und persönliche Marke zu entwickeln“, erklärt Junghanns. Das Monogramm wird anschließend von Gold-

schmiedemeistern auf individuellem Schmuck verewigt. Auch Visitenkarten, Gemälde oder Textilien lassen sich branden.

Branding für alles

„Gebrandet werden kann grundsätzlich alles – egal ob Halskette, Ohrschmuck, Manschettenknöpfe, Siegelring oder auch Accessoires wie zum Beispiel Schlüssel- oder Taschenan-

hänger. Allerdings wurden die edlen Stücke in der Vergangenheit mehrheitlich von Männern nachgefragt bzw. von Frauen als Geschenk für Männer gekauft“, so Junghanns, die aber auch betont: „Initial Designs passen zu jedem, der Individualismus liebt und Freude an schönen Dingen hat.“

Regionale Partner

Seit 2004 als selbstständige „Kommunikationsdesignerin“ mit ihrer Agentur Junghanns Design auf Corporate Design und Redesign, Designanalyse und Namensfindung für KMU spezialisiert, hat Junghanns davor Visuelle Kommunikation auf der Bauhaus-Universität Weimar studiert.

Konkrete Form nahm ihre Idee zur Gründung ihres neuen Projekts Initials Design im Corona-Jahr 2020 an; damit will Junghanns „nicht nur Menschen ansprechen, die das Besondere suchen, sondern auch das Kunsthandwerk fördern“. Außer Schmuckstücken gibt es von Initials Design u.a. individuelle Visitenkarten, Textilien wie Seidenschals, edle Ledereinfälle und großformatige Acrylgemälde. Dafür arbeitet sie mit einem Netzwerk an regionalen Partnern zusammen. (red)

Fleischlos glücklich

„die Ohne“ präsentierte ihre neue Produktrange.

LINZ. Als Fleischalternative für Freunde des Fleischgeschmacks, die aus unterschiedlichen Gründen auf Wurst & Co. verzichten oder ihren Konsum reduzieren möchten, hat sich „die Ohne“ einen Namen gemacht und mit vegetarischen Spezialitäten viele Fans im LEH gewonnen.

Pünktlich zum alljährlichen „World Vegetarian Awareness Month“ Oktober, präsentierte die

Marke der Marcher Fleischwerke jüngst eine neue Produktrange mit veganen Nuggets, veganen Filets nach Art Hühnerfilet sowie nach Art Rindersteak BBQ und vegetarischem Bacon. Basis der Erzeugnisse: Milch-, Pflanzen- und Hühnerfleisch. Sämtliche der vegetarischen/veganen Spezialitäten werden in eigenen Produktionslinien erzeugt und kommen ohne Palmfett aus. (red)



© die Ohne

Das „die Ohne“-Sortiment umfasst mittlerweile über zehn Spezialitäten.