

NACHHALTIG, VEGETARISCH UND LECKER

HAJOK gestaltet das Packaging Design für die Bio-Marke Allos

Wer die diesjährige Biofach in Nürnberg besuchen konnte, hegt daran keinen Zweifel: Der Biomarkt boomt nach wie vor und wird geprägt von agilen und innovativen Startups, die mit Einfallsreichtum, eigenständigen und durchaus polarisierenden Designkonzepten punkten. Um als Bio-Pionier in diesem, vom Strukturwandel geprägten Umfeld nicht als Fossil unterzugehen, ist kluges, rechtzeitiges Handeln gefragt, das die Herausstellung der eigenen Wurzeln und des USPs in den Vordergrund rückt. Wir haben uns über die Einladung zum Pitch des Relaunches der Marke Allos besonders gefreut, da auch für uns als Agentur Nachhaltigkeit ein relevantes, uns am Herzen liegendes Thema ist.

HAJOK berät
Allos



Das Unternehmen Allos setzt sich seit 1974 mit Leidenschaft für Rezeptkompositionen und mit viel Freude am Entdecken von neuen, nachhaltigen Lebensmitteln für vegane und vegetarische Naturkost ein. Anfang der 80er Jahre entdeckte Allos in Südamerika Amaranth, das Wunderkorn der Inka, und brachte es als besondere Zutat in seinen Müslis auf den deutschen Markt. Auch der Agavendicksaft als Alternative zum Zucker wurde dank Allos bekannt. Mittlerweile verfügt die Firma mit Sitz in Bremen über ein großes Produktportfolio und ist aus dem Naturkostfachhandel kaum mehr wegzudenken.

Brand-
entwicklung



Susan Khallaf berät Allos auf Seiten der Agentur HAJOK Design und ist mit dem Designteam um Creative Director Madeleine Weiss und Design Director Jannika Plaas für den Relaunch der Marke verantwortlich.

Allos ist nicht nur ein Innovator im Naturkostfachhandel, das Unternehmen steht auch für nachhaltige und sorgfältig komponierte Natur-Lebensmittel. Unsere Aufgabe war es, ein visuell klares Branding zu entwickeln und der Marke eine starke Wiedererkennbarkeit zu verleihen.

— so Susan Khallaf.

Allos sollte nicht mehr nur als Frühstücksmarke wahrgenommen werden. Das breite Angebot an süßen und herzhaften Aufstrichen, Riegeln, Milchalternativen, Honig, Pestos und Gebäck sollte daher eine impactstarke Markenkammer bekommen und Allos als Anbieter eines großen Portfolios sichtbar machen.

Das Leinentuch
transportiert die Werte
der Marke Allos

neue Designs

Das neue Logo erscheint prominent auf den Packungen und verleiht ihnen somit einen nahbaren Charakter. Die Food-Fotografie ist natürlich und beiläufig inszeniert und die Navigation innerhalb der Marke ist durch neue Farbkodierungen verständlich. „Jeden Tag entstehen in der Rezepturschmiede von Allos neue, leckere Kompositionen. Und wir freuen uns darüber, mit kreativen und modernen Ideen die Packungen zu gestalten.“ schwärmt Susan Khallaf. Das Auge isst bekanntlich mit und so macht das neue Design bereits am POS Appetit auf die große Auswahl an Allos-Produkten.

