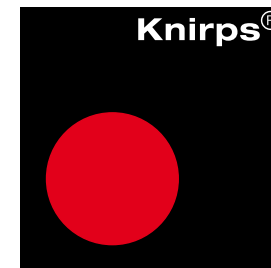




Knirps®

oberdörffer+oberdörffer konzeptwerk*

Wie bei allen großen Marken, begann die Geschichte der Marke Knirps® mit einer Revolution. 1928 erfand der Ingenieur Hans Haupt den ersten teleskopierbaren Taschenschirm der Welt. Seitdem steht Knirps® für technische Innovation und höchste Qualität hinsichtlich Material und Design. Die Marke Knirps® zählt - wie "Nivea" oder "Persil" - zu den „Deutschen Standards“, verewigt unter "Marken des Jahrhunderts". Das Mitte der Fünfziger Jahre eingeführte Markenzeichen, der „Rote Punkt“, hat sich international durchgesetzt und steht bis heute für Unverwechselbarkeit und Qualität.



Aufgabenstellung 1

Modernisierung des Images der Marke Knirps®

Vorgehensweise

- * Bereinigung und Strukturierung des Sortimentes in klare Kategorien und Linien und stringente Umsetzung in eine neue Corporate Identity: Katalog, Etiketten und POS-Material
- * Entwicklung einer Marketingstrategie: “Knirps means protection”; Produktdehnung, Markendehnung
- * Entwicklung einer Produktlinie “Limited Edition” für das Keyprodukt Knirps® X1
- * Definition der saisonalen Modethemen und Führung des Design Teams
- * Initiierung von Design Kooperationen mit Marken wie “Swarovski”
- * Aufarbeitung der Markenhistorie und Entwicklung des Vortrages: “Knirps – Die Marke mit dem Roten Punkt im Wandel”

Aufgabenstellung 2

Entwicklung einer neuen internationalen Vertriebsstrategie

Vorgehensweise

- * Prozeßentwicklung zur internationalen Lizenzierung der Marke
- * Übernahme der weltweiten Lizenz für Co-Branding mit Lifestylemarken



Design Kooperation
und Produktentwicklung
mit Swarovski



Design Kooperation
und Produktentwicklung mit
Saga Furs, Kopenhagen

Design Kooperationen

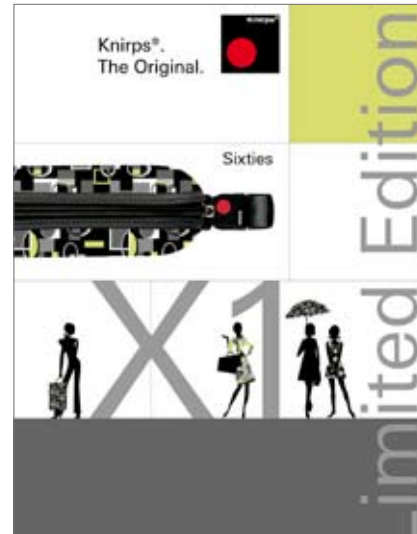
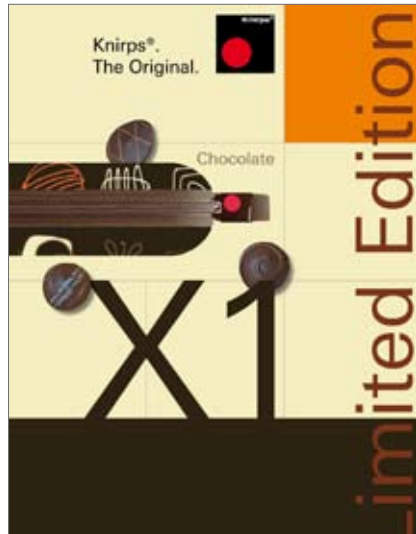


Ideenskizze/
Moodboard

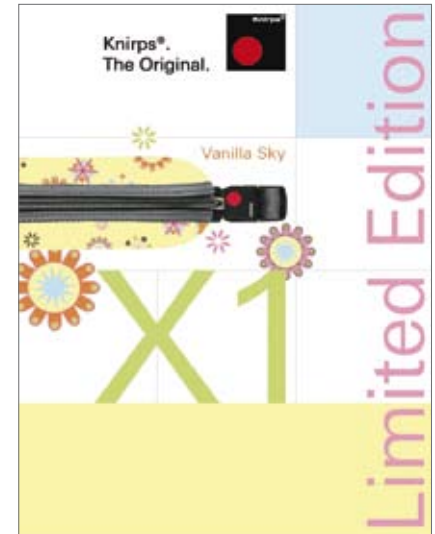
Themenentwicklung Knirps®-X1
Limited Edition Chocolate HW/2007



Designvorschläge



Gestaltung und Entwicklung
VKF - Unterlagen / Flyer



Gestaltung und Entwicklung
VKF - Unterlagen / Flyer