

# HORIZONT online

## TOP-NEWS

10.12.2013

### co2 eröffnet Concept Store

**Wiener Werbe- und Designagentur testet innovative Produktdesigns im „Real Life“ - Umsetzungspartner ist die Druckerei Bösmüller - Vorerst Fokus auf Food-Design mit der Marke „chunk FOOD“**

Die Werbe- und Design-Agentur co2 eröffnete am Dienstag den ersten agentureigenen Produkte-Shop – ein europaweit einzigartiges Konzept. Gezeigt wird, wie innovatives Produktdesign aussieht, wenn es nicht nur in zweidimensionalen Kundenpräsentationen vorkommt, sondern zur Realität wird. Unter der eigens kreierten Marke „chunk FOOD“ zeigt co2, was passiert, wenn gute Marketing-Ideen einmal nicht in der Schublade verschwinden. Doch die Shop-Vision geht weit darüber hinaus, denn das Pilotprojekt soll nicht nur Spielwiese für Packagingideen und Verkaufspräsentation sein: Künftig ist angedacht, den Agenturkunden ein Store-Sharing anzubieten, um neuartige Produktideen im „Real Life“ direkt am Kunden abtesten zu können. Damit wird das innovative Shop-Konzept laut eigenen Angaben auch zur Konkurrenz für klassische Fokusgruppen.

#### Agenturleistungen werden 'erlebbar'

„Wir bieten unseren Kunden co2ncept packaging und co2ncept communication – also unsere Expertise im Bereich stringenter Kommunikation. Die Verpackung ist dabei ein wichtiger Teil der Gesamtkonzeption. Der co2ncept store ist unser neues Tool, um unsere Agenturleistungen in die Praxis zu transferieren und 'erlebbar' zu machen“, erklärt co2-Geschäftsführer Norbert Kraus seine Vision. Oft seien es kreative Mittel, die ein Produkt zu etwas Einzigartigem machen – als Beispiel nennt Kraus eine Verpackung, die funktionell über den bloßen Schutz des Produktes hinausgeht.

#### Fokus auf Food-Design mit der Marke „chunk FOOD“

Für den neuartigen Store, der sich derzeit auf Food-Design spezialisiert hat, wurde in wenigen Monaten eine vollkommen neue Marke kreiert. „Die Marke ‚chunk FOOD‘ bricht viele Regeln. Der Auftritt erinnert mehr an ein Mode-Label – das Produktdesign greift auf unterschiedliche Elemente zurück, die die Vorgaben eines klassischen Corporate Designs sprengen. ‚chunk FOOD - fashion food for urban people‘, soll zeigen, dass Lebensmittel auch einmal anders präsentiert werden können, als im klassischen Lebensmittelhandel“, erklärt Kraus das Konzept hinter der Marke. Die Assoziation zum Junk-Food ist dabei gewollt, auch wenn der Inhalt der Produkte das genaue Gegenteil darstellt. Denn bei chunk FOOD sind die Lebensmittel qualitativ hochwertig, zum größten Teil aus Österreich und viele davon Bio.

#### Umsetzungspartner ist die Druckerei Bösmüller

„‚chunk‘ heißt übersetzt ‚großes Stück‘. Und das ist es auch, wenn eine Werbe- und Designagentur ihr eigenes Food-Label launcht“, so der Geschäftsführer. Umsetzungspartner in diesem außergewöhnlichen Agentur-Projekt ist die Druckerei Bösmüller. „Wir brauchten einen guten Partner, der genauso viel Spaß an neuen Ideen hat wie wir und unsere neuartigen Packaging-Konzepte in Karton verwandelt. co2 und Bösmüller waren bereits im Vorfeld ein eingespieltes Team“, erklärt Kraus.

Michaela Horvath, Account Director von CO2 sieht vor allem einen bereichernden Benefit für die Kunden: „Zum Einen können wir Packaging-Lösungen direkt in der Praxis umsetzen und zeigen, zum Anderen erweitern wir unseren Einblick in die Beziehung mit Handel und Lieferanten. Wir verschaffen uns damit eine neuartige Basis mit unseren Kunden. Und das mit Sicherheit als einzige Agentur europaweit.“

Derzeit ist das einzigartige Lebensmittel-Verpackungskonzept als Pilotprojekt konzipiert und läuft von 10. Dezember bis einschließlich 26. Februar 2014 am Getreidemarkt 13 im sechsten Bezirk in Wien. Weitere Informationen gibt es unter [Chunk-food.com](http://Chunk-food.com).