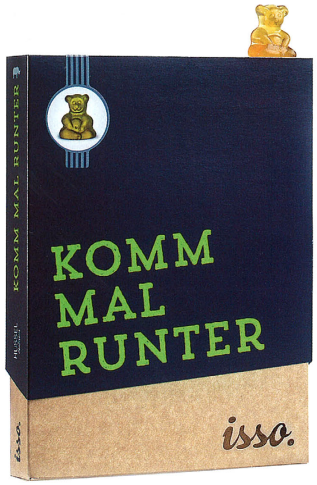
Harte Schale, weicher Kern:

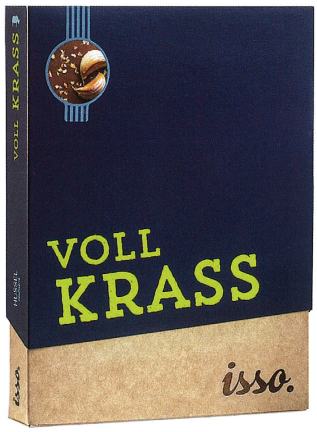
Neues Konzept für Männerglück

Das Geheimnis wird gelüftet:

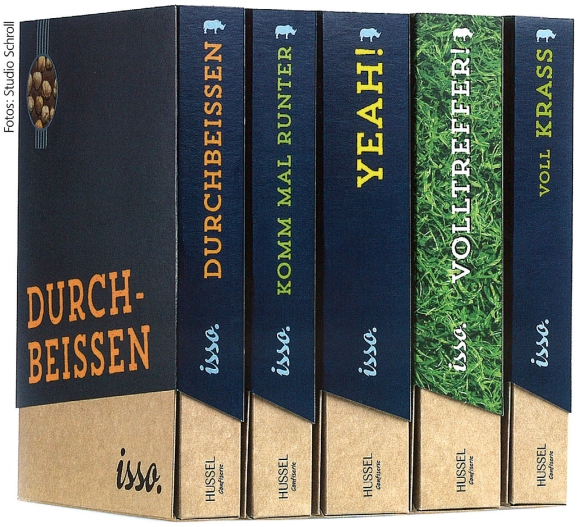
Die Hussel-Confiserien präsentieren ihre neue Präsent-Linie für Männer, die diese glücklicher machen und eine köstliche Kommunikation fördern soll …



Gummibärchen als Meditationshilfe für gestresste Kerle.



Schokolade mit Knoblauch: Voll krasse Schokolade für voll krasse Gelegenheiten.



Fotos: Studio Schroll

Charaktertypen: Hussels neue Confiserie-Linie »isso.« macht Männer glücklicher.

Männer mögen es manchmal süß, jedoch im Bereich der Verpackung bleiben ihre Vorlieben oft unberücksichtigt. Mit einer neuen Präsentlinie schließt Hussel diese Lücke und zeigt gestalterisch und sprachlich klare Kante. »Mit trockenem Humor und knappen Worten maximal köstlich kommunizieren«, so das thematische Credo von »isso.«.

Überraschende Details und Kontraste

Mit einer schlichten, prägnanten und im Detail überraschenden Gestaltung erinnert das Schachtelformat zunächst an eine DVD-Hülle. Wer die süße Beute nicht teilen will, kann sie unauffällig zwischen DVDs und Büchern verschwinden lassen. Ungewöhnlich im Confiserie-Markt sind die Material- und Farbkontraste: Bronzefarbene Heißfolienprägung auf einem Naturkarton, intensive Textfarben auf dunklem Fond, Natürliches neben gestrichener, vollflächiger Bedruckung. Ein Klebeetikett versiegelt die Packung. Es zeigt, was drin ist: Gummibärchen im Meditationssitz (Komm mal runter), Schokolade mit Knoblauch (voll krass) oder Zitronentrüffel mit Knallbrause (yeah!). Das klingt nach neuen Geschmacks-Abenteuern. Ausnahme vom blauen Fond macht das Thema »Volltreffer!«, das als Hintergrund einen Rasen zeigt. Die schönste Sache der Welt darf im Themenkanon des Männerpräsents nicht fehlen. Auch das Öffnen ist ein Vergnügen: Indem der Schuber wie ein T-Shirt nach oben weggezogen wird, gibt er die Schachtel frei, die sich wie ein Buch öffnen lässt: Der Genuss kann beginnen.

In Handarbeit konfektioniert

Zum Markenzeichen gehört ein Nashorn. Es steht für Kraft und Durchsetzung, aber auch für harte Schale und weichen Kern. Als wiederkehrendes Motiv findet es sich auf der Verpackung und als Prägung auf den Schokoladentafeln.

Die Richard Bretschneider GmbH spielte bei der Packungsentwicklung als Full-Service Anbieter eine bedeutende Rolle. Sie liefert alle bedruckten Verpackungsbestandteile, richtet die Schachteln im eigenen Lebensmittel-zertifizierten Logistik-Center von Hand auf und stellt die Sets zusammen. Die Verpackungen werden von Hand konfektioniert. Bei den vielen Handgriffen kann das einzelne Produkt nicht perfekt aussehen – und genau das ist als Kontrast zu identischer Massenware gewollt.

Die Hussel-Confiserien sind mit über 230 Filialen über Deutschland hinaus vertreten. Die Berliner Designerin Katrin Warneke konzipierte und gestaltete die »isso.«-Linie speziell für den Süßwarenanbieter.

creativ verpacken