

## DER #LABELicious WETTBEWERB 2024 - VORGABE

### VERTRAULICH: HUMANDATE kündigt neue Marke an: **SEXTY SOMETHING®**

Mit dieser vertraulichen Vorgabe fordern wir die jüngste Generation von Etiketten- und Verpackungsdesignern heraus, intelligente, kreative und nachhaltige Etikettendesigns für diese nachhaltige und attraktive Produktlinie für ältere Verbraucher zu entwickeln. Einsendeschluss ist der 7. Januar 2025.

**HUMANDATE**, das Haus der Marken mit nachhaltigem Design, bringt am 1. September 2025 eine neue Markenlinie mit dem Namen **Sexy Something®** auf den Markt.

#### 1. DIE MARKENGESCHICHTE FÜR **SEXTY SOMETHING®**

**SEXTY SOMETHING®** ist eine neue – kurz vor der Markteinführung stehende – Markenlinie für Verbraucher, die vor 1955 geboren sind, sich glamourös kleiden, mit Stil fahren und von zukünftigen Jahren träumen. Auch mit über 60 Jahren lieben sie das Leben, leben wie Legenden und sind noch weit von der Zielgeraden ihres Lebens entfernt.

Wenn es um Nachhaltigkeit geht, fühlen sie die Verantwortung, bessere Kaufentscheidungen zu treffen. Ihr persönlicher Bonus: Produkte, die sowohl für das Innere des Körpers als auch für das äußere Erscheinungsbild gesünder sind.

Es gibt dabei eine Sache, welche diese Verbraucher über alles verabscheuen: Nachhaltige Produkte, die nach außen ein „*Ich kaufe grün*“-Statement erwecken und die - wie ein Mitglied einer Forschungsgruppe so treffend ausdrückte - aussehen „*als ob etwas gestorben ist, noch bevor es erschaffen wurde*“ (Zitatende).

Aus diesem Grund haben wir als Ergebnis einer Markennamenstudie und Peer-Group-Review das Markenzeichen **SEXTY SOMETHING®** eintragen lassen. Es ist ein Wortspiel über die typische Antwort einer Person von „60-Plus“, wenn er/sie nach dem Alter gefragt wird („etwas über 60“). Das „etwas“ wird nicht weiter definiert, da sie sich noch immer „keinen Tag älter als 60“....und sexy fühlen! Also ... **SEXTY SOMETHING®**

Denken Sie nicht, dass diese Verbraucher klischeehaft, kitschig oder billig sind. Im Gegenteil: Sie besitzen eine „blühende“ Kaufkraft und bevorzugen in der Regel Premiumprodukte. Sie demonstrieren eine starke Markentreue und treten als aktive Botschafter von Marken auf, die Teil ihrer Identität geworden sind.

#### 2. DIE **SEXTY SOMETHING®** PRODUKTLINIE

In unserem ersten Marktfreigabezyklus (Q3, 2025) besteht unsere Produktpalette aus:

- **SEXTY SOMETHING® base**: ein Bio-Sirup zum Mischen von hausgemachten Powerdrinks (5 Geschmacksrichtungen).
  - o (Durchsichtige Glasflaschen 500 cl, mit Bambus-Schraubdeckel; Modell TBD)
- **SEXTY SOMETHING® care**: mit Mineralien angereicherte Körpercremes zur Pflege der reiferen Haut.
  - o (Transparentes Glasgefäß mit Bambusdeckel und verschleißendem, mit Warenzeichen versehenem Klebeetikett; Modell TBD)

- **SEXTY SOMETHING® plus:** 6 verschiedene Vitaminpräparate, entwickelt für den Stoffwechsel älterer Menschen.
  - o (Mehrschichtiger Beutel mit Barriereeigenschaften)
- **SEXTY SOMETHING® condoms:** 6 Stück pro Verpackungseinheit.
  - o Dies ist ein zusätzliches Produkt, das für unsere Guerilla-Markenkampagnen verwendet wird. „Das erste „Safe-Sex-Produkt“, nach dem die Verbraucher lauthals fragen und dass sie stolz an der Ladentheke präsentieren.“

### 3. ZUSÄTZLICHE INFORMATION DESIGN-VORGABE

Parallel zur Entwicklung der Produktpalette für unseren ersten Markteinführungszyklus (Q3, 2025) ist unsere vorrangige Herausforderung das Branding und die Etikettierung dieser neuen Produktverpackungslinie.

Wir fordern die jüngste Generation von Etiketten- und Verpackungsdesignern heraus, intelligente, kreative und nachhaltige Etikettendesigns für diese Produktlinie für ältere Verbraucher zu entwickeln. Bitte kombinieren Sie Erkenntnisse über diese Verbrauchergruppe mit kreativen und technischen Designkenntnissen und Ambitionen. Einsendeschluss ist am **7. Januar 2025**.

Zusätzlich zur **SEXTY SOMETHING®** Markengeschichte haben wir die folgenden Erkenntnisse gesammelt:

- Aus der Forschung haben wir gelernt, dass dieses ältere Lifestyle-Publikum sowohl während des Kaufprozesses als auch während des Nutzungsprozesses eher visuell getrieben als informationsbegierig ist.
- Dennoch haben sie aufgrund ihres körperlichen Alters besondere Anforderungen an die Lesbarkeit, die Verwendung von Farbkontrasten, Schriftarten und -größe usw.
- Ungeachtet urbaner Legenden sind sie bis zu einem gewissen Grad technisch versiert. Sie nutzen täglich Smartphones, Social Media und Suchmaschinen, sind aktive App-Nutzer etc. Und das alles unter drei Bedingungen: Es muss intuitiv und funktional sein und einen Mehrwert bieten.

Aus unserer Sicht haben **SEXTY SOMETHING®**-Etiketten verschiedene Rollen:

- Darstellung der Markenidentität (Sichtbarkeit im Verkaufsregal, Produktinformationen für den Verbraucher, Interaktivität mit dem Nutzer (z. B. Gesundheitstipps etc.) unter Nutzung der Besonderheiten der Druck-, Vor- und Nachdrucktechnik);
- Eine funktionale Verpackungsrolle haben (Wiederverschließen und Öffnen der Verpackung, Sicherheitssiegel usw.);
- Eine funktionale Geschäftsprozessrolle (Identifizierung für logistische Zwecke, Identifizierung für Sicherheitszwecke, Identifizierung für Authentizitätszwecke, Compliance- und Fälschungsschutzzwecke, Zwecke der Lebensmittelsicherheit usw.).

Die Farbe (Indikation) der **SEXTY SOMETHING®**-Produktpalette ist Teil der Gestaltungsherausforderung und derzeit nicht als Markenbeschränkung definiert. Wir freuen uns auf Ihre Begründung, die sich auf das Farbempfinden älterer Generationen konzentriert und im Einklang steht mit den Markenwerten von **SEXTY SOMETHING®**.

Gemäß unserem Fokus auf den „funktionalen Einsatz intelligenter Technologien“ und die beschriebene „Befähigung“ unserer Kunden wollen wir einen Sprung nach vorn bei der Integration weiterer intelligenter Funktionen bei Etiketten für Branding- und Funktionszwecke machen. Investieren Sie bitte etwas „Google“-Zeit, um Technologien zu finden, die Teil Ihres Designs sein könnten: Gedruckte Sensortechnologie, Verbindungstechnologie, biometrische Technologie, Datenverarbeitungstechnologien, Blockchain-Technologien, Digitaldrucktechnologien, Personalisierungstechnologien, AR/VR-Technologien usw.

Als moderne Bio-Marke legen wir großen Wert auf Nachhaltigkeitsaspekte und sind der Meinung, dass gutes Design einen ganzheitlichen Ansatz für Nachhaltigkeit bei Verpackungen wecken und gleichzeitig ein spannendes Markenerlebnis bieten sollte. Spezifische Aspekte der Nachhaltigkeit, die wir begrüßen, finden sich in Prozessen wie dem technischen Aufbau eines Etiketts, der Rohstoffverwendung für die Etikettenproduktion, der physischen Herstellung des Etiketts, dem Aufbringen des Etiketts oder dem Recycling des Etiketts.

#### 4. FERTIGE ERGEBNISSE

**Wählen Sie (mindestens) 2** der 4 Produktlinien wie zuvor beschrieben

aus:

- **SEXTY SOMETHING® base** (Power-Wasser Basis)
- **SEXTY SOMETHING® care** (Hautprodukt)
- **SEXTY SOMETHING® plus** (Vitaminpräparate)
- **SEXTY SOMETHING® condoms**

**OPTIONAL:** Sollten Sie mit Etiketten oder Schlauchverpackungen neue Optionen finden, die nicht in den obigen Anforderungen enthalten sind, können Sie dies als Bonusmaterial hinzufügen. Dies ist keine „Muss“-Anforderung, sondern eine „Könnte“-Anforderung.

**Erstellen Sie die einzigartige grafische Markenidentität für das Etikettendesign** der ausgewählten Produktlinie(n) für die Marke **SEXTY SOMETHING®**, die den Markenkern und die spezifischen Zielgruppenanforderungen sowie die allgemeine Verpackungsbeschreibung der Produktlinie(n) widerspiegelt.

**Erstellen Sie die technische Etikettenbeschreibung** (Etikettenaufbau, Trägermaterial, Form z. B. Stanzung etc., Vorder- und Rückseite, Kappe, optionales Flaschenhalsetikett, gegebenenfalls schließendes Marken-Klebeetikett etc.).

Beschreiben und erklären Sie explizit die Rolle der intelligenten Funktionen (z. B. Temperatur, Allergen-Identifikator, Kommunikationsschnittstelle, Sicherheitsfunktion usw. usw.).

**Reichen Sie die Originalvorlagen** (z.B. kreatives Design, technisches Design usw.) als hochauflösendes A3-Visual mit 300 dpi im PDF- oder JPG-Format ein. Da es sich bei dem eingereichten Bildmaterial um eine digitale Datei handelt, wird diese nicht an den Teilnehmer zurückgegeben.

**Verfassen Sie eine Beschreibung in englischer Sprache**, wie die Vorgabe in die eingereichte Lösung übersetzt wurde (einschließlich Kommentaren zum innovativen Element, dem Nachhaltigkeitsgesichtspunkt und dem Machbarkeitsaspekt der Einreichung) über das Online-Formular (maximal 250 Wörter).

**Details zur Einreichung finden Sie unter [www.labelicious.eu/submissions](http://www.labelicious.eu/submissions)**

#### 5. BEURTEILUNGSKRITERIEN

##### **Innovationsfaktor (35%)**

- Wie schneidet der Eintrag ab, wenn es darum geht, die Grenze bekannter/bestehender Lösungen zu überschreiten?

##### **Auswirkungsfaktor (25%)**

- Wie schneidet der Eintrag ab, wenn wir uns die Auswirkungen des vorgeschlagenen Designs oder der vorgeschlagenen Lösung sowohl für den Markenwert als auch für die Nachhaltigkeit vorstellen?

**Funktionsfaktor (20%)**

- Wie schneidet der Eintrag ab, wenn es darum geht, alle funktionalen Anforderungen aus dem Briefing zu erfüllen?

**Machbarkeitsfaktor (20%)**

- Ist der Eintrag technisch realisierbar, bei dem die Jury ein Design fördert, das die Grenzen der technischen Umsetzung auslotet?

## **6. PRAKTISCHE WETTBEWERBSINFORMATIONEN**

Die Kampagnen-Website: <http://www.labelicious.eu/> enthält alle zusätzlichen Informationen.

Eines der Dokumente auf der Website enthält die vollständigen Teilnahmebedingungen für den Wettbewerb.

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an das FINAT-Sekretariat (info@finat.com oder +31-70-3123910).