

*CCA Young Lions Competition 2019*

# *Design · Briefing*

*Wanner*  
MAG MAN EBEN.

# Die Ausgangssituation

*Manner mag man eben. Ob legendäre Schmitte in der praktischen Taschenpackung, köstlicher Snack oder Snack Mini, Vollkornschmitte, Müsli oder Trink Cacao uvm. – die einzigartigen Produkte aus dem Hause Manner erfreuen sich steigender Beliebtheit. Denn: Rosa macht glücklich.*

*Um diese Produkte noch erfolgreicher verkaufen zu können, möchte Manner einen „Pop Up Store“ eröffnen. In Wien. Und beauftragt dich mit der Erstellung eines zeitgeistigen Designs für dieses exklusive Geschäft, das vor allem junge Menschen ansprechen soll.*

## Was denkt der Kunde jetzt?

*Den Manner Store auf der Rotenturmstraße oder am Hauptbahnhof in Wien kenne ich – schaut gut aus, passt zu Manner, immer ein wenig Retrostyle. Aber: Wäre cool, wenn der Store mal ein bissl jünger aussieht.*

## Was denkt der Kunde danach?

*Wow, ich hätte gar nicht gedacht, dass Manner so stylish und jung ist. Ein geiler Store, der optisch aber auch was das Erlebnis angeht, State-of-the-Art ist. Cool, dass wir so etwas in Wien haben – hätte ich mir eher in Berlin oder New York erwartet. Geil! So ist der Manner Store ein hipper Laden für junge Leute, den ich immer wieder gern besuche und der mich inspiriert.*



**Manner**  
MAG MAN EBEN.

# Consumer Insight

*Manner kenne ich – vor allem als Schnitte. Die gibt 's immer bei meiner Oma – zum Nachtisch oder als kleinen Snack zwischendurch. Den Manner Shop in Wien mag ich auch. Obwohl der ein bisschen verstaubt wirkt. Das passt zwar zu Manner, aber es hält mich ein wenig davon ab, hineinzugehen. Ist wohl eher für Touris oder ältere Menschen. Cool wäre, wenn es einen Manner Shop gäbe, der vor allem für junge Menschen ein Erlebnis schafft – und in dem ich ein Manner Einkaufserlebnis habe.*

*Oder anders: Es gibt immer wieder geile Stores, in die es sich schon allein des Erlebnisses oder des Design wegen auszahlt, reinzugehen. Der Manner Pop Up Store ist genau so ein Geschäft – da muss man einfach hin!*

## One thing? *(Das Wichtigste, was die Kommunikation sagen muss.)*

*Mag man eben ganz besonders:  
Der Manner Pop Up Store – ein hipper Shop – nicht nur für Naschkatzen.*

## Zielgruppe

*Menschen im Alter zwischen 14 und 45 ... oder anders gesagt: Naschkatzen und Design-Lover, Wiener und Wienerinnen, Loft-Styler und Altbau-WGler, Cosmopoliten und Grätzl-Spezis, Max und Moritz, Traditionalisten und First-Mover, Liebhaber und Liebende ... Du und ich.*



**Manner**  
MAG MAN EBEN.

# Über die Marke und ihre Bausteine

*Die Marke Manner setzt sich aus wenigen, hochfunktionalen Bausteinen zusammen:*

***Das Manner-Rosa** – eine eigene Farbe, nicht irgendein Rosa, und sogar mehr als eine Farbe! – ist einprägsam und markentypisch, genau wie der blaue Schriftzug.*

***Tradition ist gut und wichtig** – aber nur solange sie nicht den Spaß am Moment und die Freude am Entdecken des ‚Jetzt, hier und heute‘ verhindert!*

***Gemeinsamkeit** zieht sich durch alle Aspekte der Marke: Historische, intrinsische, unternehmerische – bis hin zur Schnittenpackung, die man super gemeinsam vernaschen kann!*

***Und schließlich:** Die geheime Zutat. Das, was einfach alles besser, besonders, anziehend macht. Das, was Alte, Junge, Freunde, Fremde, Familien, Verrückte, Normale und alle anderen eint – **the little thing called ‚love‘**.*



**Manner**  
MAG MAN EBEN.

# Mandatories

*Jede Marke hat ihre Mandatories. Und auch jedes erfolgreiche Shop-Design. Die wichtigsten Anhaltspunkte, die wir dir mitgeben wollen sind: Der legendäre Manner Schriftzug darf nicht verändert werden. Unsere Farbe „Rosa“ sowie unser „Blau“ sind fix und auch unserer Schriftarten, die wir verwenden sind klar definiert (Bitte schau dazu ins reduzierte Design Manual für Young Lions).*

*Unser bestehender Markenclaim „Manner mag man eben“ hat unverändert Gültigkeit. Und „Rosa macht glücklich“ verwenden wir derzeit ausschließlich als Kampagnenclaim. Vielmehr wollen wir dir nicht vorgeben. Es gibt nämlich etwas viel Wichtigeres:*

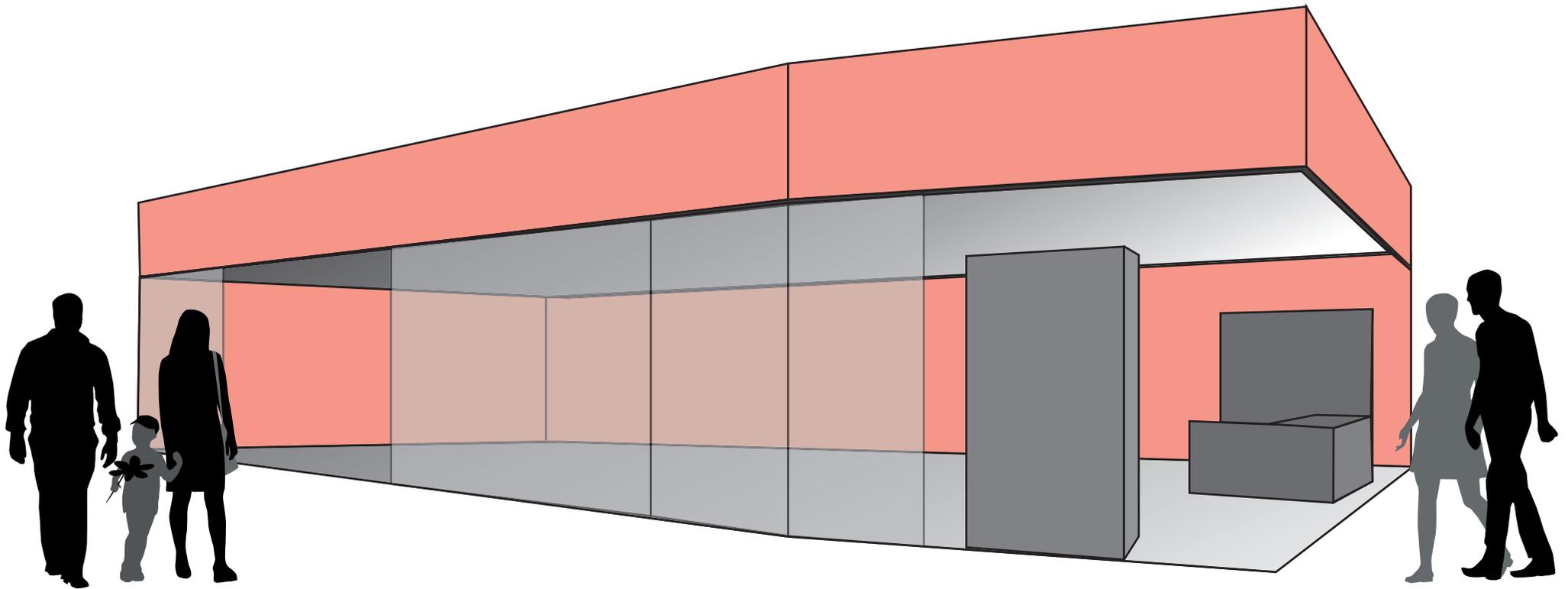
*Bitte bedenke, dass all das, was wir machen, tatsächlich glücklich machen soll – das gilt auch für deinen Designvorschlag: Das Einkaufserlebnis, das Gefühl, das Besondere, das du mit deinem Design weitergibst und bei unseren Kunden hervorrufst, soll Menschen glücklich machen.*

The logo for Manner, featuring the brand name in a blue, cursive script font. Below the name, the slogan "MAG MAN EBEN." is written in a smaller, blue, sans-serif font. The entire logo is set against a solid red rectangular background.

**Manner**  
MAG MAN EBEN.

# Vorlage | Skizze

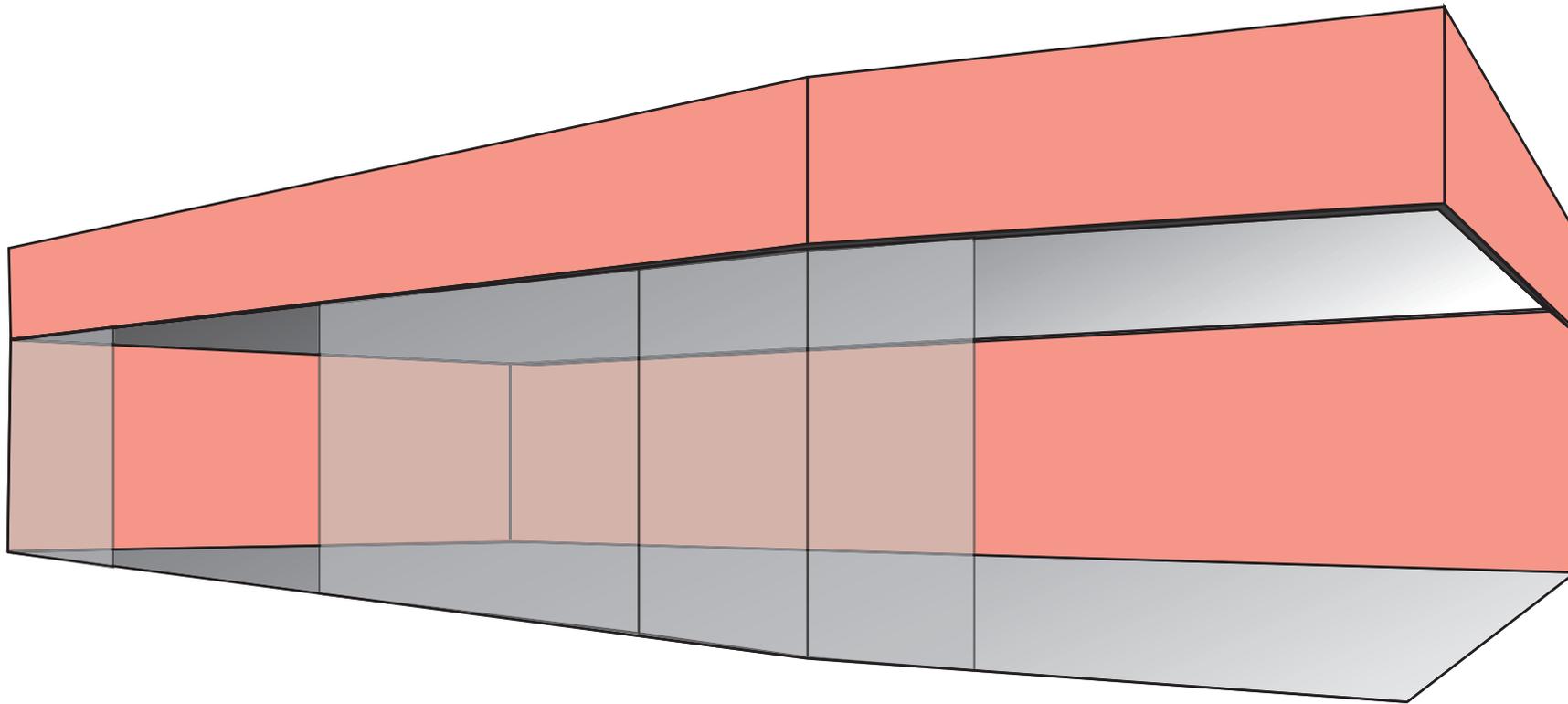
*Unser Pop-Up Store in Wien Mitte wirkt auf den ersten Blick vielleicht ein wenig unterkühlt. Genau das ist deine Aufgabe. Stell dir vor: Wie müsste dieser Shop aussehen, damit er Lust auf unsere Köstlichkeiten macht und einlädt, sich damit näher zu beschäftigen? Dazu kannst du semitransparente Flächen nutzen oder sie komplett bedrucken. Du kannst die Fläche über dem Store nutzen und natürlich Innenwände gestalten aber auch einrichten. Eine Basisgestaltung aus dieser Perspektive ist Pflicht.*



**Wanner**  
MAG MAN EBEN.

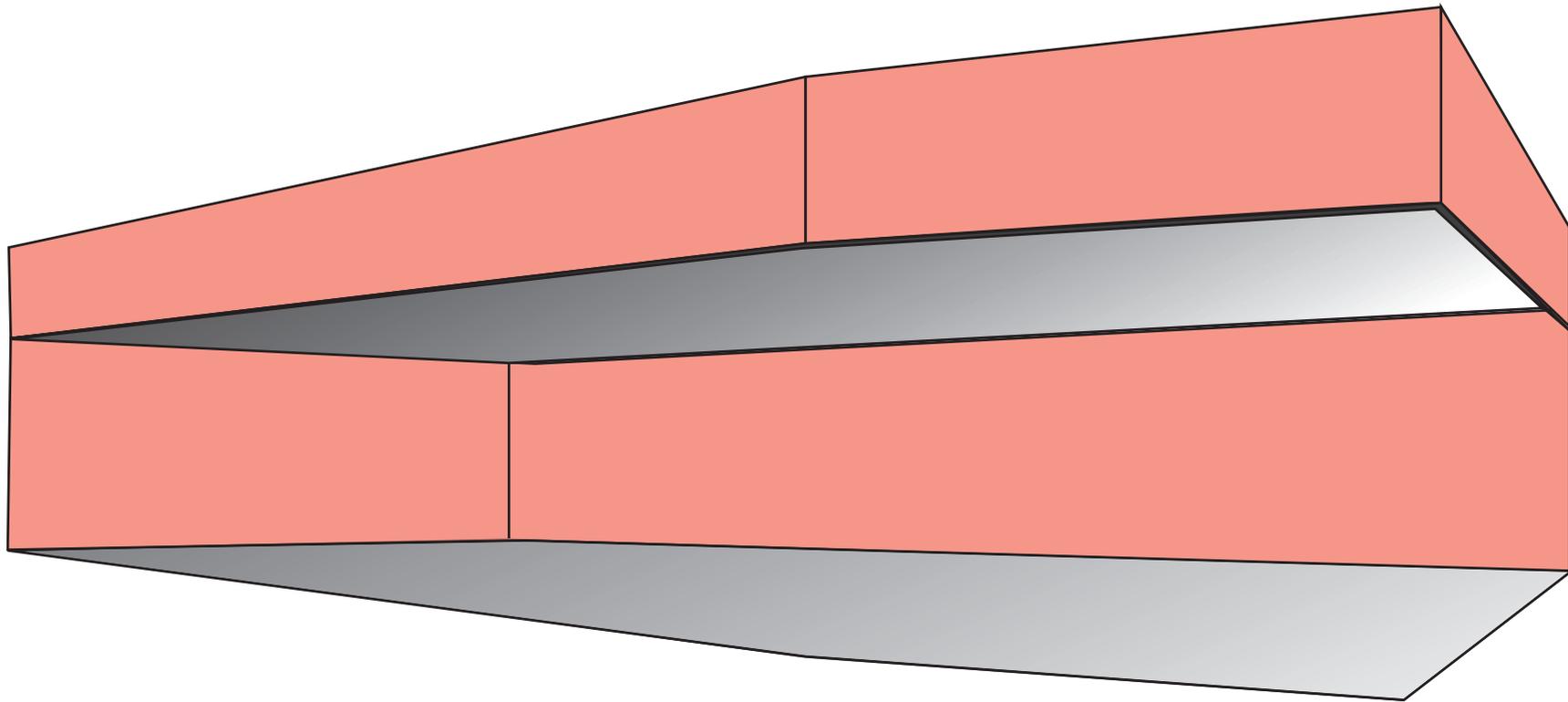
# Vorlage | Skizze

*Damit es ein wenig einfacher wird, haben wir dir den Store einmal komplett ausgeräumt. Ganz ohne Regal und Kassapult und Regal. So hast du einen reduzierten Blick in den Store und kannst mit der Gestaltung der Basiselemente leichter loslegen. Unsere Glaswände kannst du auch hier als vollflächig bedruckte Elemente oder aber als halbtransparente Wände gestalten.*



# Vorlage | Skizze

*Wenn du dir zum Start mit dem komplett geöffneten Store – ganz ohne Frontverkleidung – leichter tust, kannst du mit dieser Visualisierung beginnen. Hier stehen dir die beiden Wände, der Bereich über dem Store, die Decke und der Fußboden zur Verfügung. Wie wir derzeit mit diesen Elementen umgehen, kannst du dir auf den Bildern ansehen, die wir dir im Ordner MAN\_YL19\_Bilder\_WienMitte vorbereitet haben.*



*Viel Erfolg!*

**Wanner**  
MAG MAN EBEN.