

gruenling.

Essen im Mittelpunkt

Konzeptentwicklung

Zu Beginn haben wir verschiedene Methoden entwickelt, die die Werte und Ziele unseres Unternehmens definieren sollen.

Moodboards

Welche Assoziationen ruft die Marke hervor?

Benchmarks

Unsere Suche nach Benchmarks im direkten und indirekten Marktumfeld. Was ist positiv oder negativ, was können wir für unser Produkt mitnehmen?

SWOT Analyse

Wie steht unser Unternehmen da? In welchen Punkten weisen wir Stärken oder Schwächen auf?

Brandwheel

Zielgruppe

Personas

Wen wollen wir ansprechen?

Trendanalyse

Aktuelle Trends die 2022 prägen

Gestaltung

In dieser Phase sind sehr viele verschiedene Designrouten entwickelt worden bis wir zu dem finalen Ergebnis gekommen sind.

Claim

Unser Unternehmen in einem Satz.

Essen im Mittelpunkt.

Typografie

Eine Schriftart, die unser Unternehmen widerspiegelt.

ICH ESSE GERNE

Gestaltung

Unser Unternehmen ist so konzipiert, dass ein moderner, minimalistischer Look mit einem traditionellen Twist kombiniert wurde. Erste Anfänge sind im Folgenden dargelegt.

Inspiration

Logo

Farben

Farben die in der Natur vorkommen.

Finale Umsetzung

Am Ende ist ein komplettes Corporate Design für unser Unternehmen „gruenling“ entstanden. Der Fokus der Marke liegt auf der App.

Die Marke „gruenling“

Das finale Erscheinungsbild unseres Unternehmens.

Visitenkarte

Merchandise Produkte

App

Social Media

Website

Gruenlings Gründerstory

Ursprung der Idee eines solchen Unternehmens, entsprang uns während den Corona Zeiten in den Räumen der Würzburger Hochschule. Wir, Antonia Wicht 23 und Georgia Ioannidou 22, Studentinnen für Kommunikationsdesign, durchlebten beide eine relativ ähnliche Kindheit. Von Hausgemachten Mahlzeiten aus Regionalen Produkten, bis hin zu süßen Leckereien, mit denen wir von unseren Omas regelmäßig versorgt wurden, waren diese Geschmackserlebnisse ausschlaggebende Ereignisse, die unsere Entscheidungen über den Verlauf der Gründung beeinflusst haben und an die wir besonders gerne zurückdenken. Doch es gibt nicht nur schöne Momente die uns in Erinnerung bleiben. Eine Welt brach für uns zusammen, als unser beider Großmütter, in einem Abstand von nur wenigen Jahren verstarben. In Gedanken und begleitet von Trauer des tragischen Verlustes wurde uns klar, dass die Art und Weise, wie wir von unseren Omas bekocht wurden, bis heute einzigartig ist und nicht in Vergessenheit geraten darf.

Eingeschränkt während des Lockdowns, aber angetrieben vom Hunger, kam uns beim bestellen der Gerichte die Idee, einen eigenen Lieferservice für Lebensmittel zu gründen, mit dem entscheidenden Unterschied, dass dieser alle wichtigen Kriterien erfüllen muss um nachhaltig, klimaneutral und arbeitnehmerfreundlich zu sein. Von unserer Idee überzeugt, dass unser Lieferservice das Leben eines jeden erleichtert, man gleichzeitig etwas gutes für die Umwelt tun kann und Manufakturen dadurch unterstützt werden, beschlossen wir all das in Teilen umzusetzen, welches letztendlich zur Erfolgreichen Gründung unseres Unternehmens mit dem Namen „gruenling“ führte.

Plakatkampagne